

Tomas De Rita

Tykkää!

Tuore kuvataideopettaja
persoonabrändiä rakentamassa

Tomas De Rita

Taiteen maisterin opinnäytetyö (30 op)

Kuvataidekasvatuksen koulutusohjelma, muuntokoulutus

Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu

Ohjaaja: Helena Sederholm

2018

Tekijä Tomas De Rita

Työn nimi Tykkää! Tuore kuvataideopettaja persoonabrändiä rakentamassa

Laitos Taiteen laitos

Koulutusohjelma Kuvataidekasvatus

Vuosi 2018

Sivumäärä 82

Kieli Suomi

Tiivistelmä

Tämä maisterin opinnäyte tarkasteli persoonabrändäystä ilmiönä ja taiteilija- sekä kuvataidekasvattajaidentiteetin rakentamista internetissä. Työn taustana oli tarpeeni muutokselle työelämässäni ja uudelleen kouluttautuminen kuvataidekasvatuksen muuntokoulutuksen kautta kuvataideopettajaksi. Työssäni pohdin harkitun persoonabrändin merkitystä työllistymiseen sekä tapoja kuvan luomiseen. Koin haasteena työelämän pirstaloitumisen ja kovan kilpailun kuvataideopettajan töistä, jossa persoonabrändäyksen näin olevan yksi mahdollinen tapa erottua. Opinnäytteen keskiössä toimi internetsivuni kehittäminen osoitteessa *www.tomasderita.com*. Oleellinen osa työtä oli näiden sivujen tuottaminen, ratkaisujen miettiminen ja niiden kokeilu käytännössä. Kuvablogissa julkaiseminen muodostui sivuston dynaamisimmaksi osioksi muuntuvine julkaisuineen ja kuvasarjoineen. Työssä käsiteltiin myös sosiaalisen median palveluita, joista muodostui uuden internetsivun kannalta merkittävä verkosto.

Opinnäytteessä ote oli laadullinen. Menetelmänä käytettiin toimintatutkimusta autoetnografisella otteella. Opinnäytteen keskeiseksi aineistoksi muodostui aikavälillä 26.6.2015–29.4.2018 tehdyt empiiriset huomiot internetissä toimimisesta ja niiden pohjalta tehty kehitystyö. Kehitystyön apuna käytettiin muun muassa kävijästatistiikkoja ja kommentteja.

Omana itsenä esiintyminen sosiaalisessa mediassa ja opinnäyteprosessin aikana saadut kokemukset uudessa työroolissa veivät eteenpäin sekä taiteilijuuttani, että kuvataideopettajan identiteettiä. Oman persoonabrändin kehittämisen hyödyt sain kokea avautuvina työ- ja näyttelymahdollisuuksina.

Avainsanat brändi, persoonabrändi, internet, sosiaalinen media, blogi, työelämä

Author Tomas De Rita

Title of thesis Tykkää! Tuore kuvataideopettaja persoonabrändiä rakentamassa

Department Department of Art

Degree programme Art Education

Year 2018

Number of pages 82

Language Finnish

Abstract

The topic of this master's thesis was to study the phenomenon of personal branding and the creation of an artist and visual arts teacher's identity on the internet. My work was based on the need for a change in my professional life and my transformation to a visual art teacher through education. In my work, I considered the importance of a thoughtful personal brand in terms of employment and different ways to stand out. When thinking about working life becoming more fragmented and the challenges of getting employed as a visual arts teacher, personal branding was seen as a solution. The core of the thesis was the development of my website at *www.tomasderita.com*. An essential part of the job was to produce these pages, to think about solutions and to experiment in practice. Blogging became the most dynamic part of the site with developing releases and series of images and videos. The work also covered social media services, that formed a network for the new website.

The approach for this thesis was qualitative. The method used was action research combined with auto-ethnographic approach. Main material for the study was the empirical findings made on the internet on June 26, 2015 to April 29, 2018 and the development done after those findings. For example, visitor statistics and comments were used to help develop the site.

Using my own name and face on different social media channels and the experiences gained during the work process of this thesis in my new job advanced both my artistry and my identity as a visual arts teacher. Developing my own personal brand helped me to get new opportunities.

Keywords brand, personal brand, internet, social media, blog, working life

1. JOHDANTO

| | |
|-------------------|----|
| 1.1. Tausta | 11 |
|-------------------|----|

2. TUTKIMUSMENETELMÄT

| | |
|--------------------------------|----|
| 2.1. Aikaisempi tutkimus | 12 |
| 2.2. Aineisto | 13 |
| 2.3. Menetelmät | 13 |

3. OPINNÄYTETYÖNI TAUSTA JA AJANKUVAA

| | |
|---|----|
| 3.1. Taustana tarve muutokselle | 15 |
| 3.2. Graafisen suunnittelun muutos | 16 |
| 3.3. Nykyajan työelämä | 16 |
| 3.4. Havaintoja kuvataideopettajan identiteetistä | 19 |
| 3.5. Sosiaalisesta mediasta | 21 |
| 3.6. Big data & big photo | 22 |
| 3.7. Algoritmien viettävänä | 24 |
| 3.8. Yhteenveto ajankuvasta | 25 |

4. PERSOONABRÄNDISTÄ

| | |
|---|----|
| 4.1. Persoonabrändistä taustaa | 27 |
| 4.2. Persoonabrändin vahingoittuminen | 28 |
| 4.3. Narsismin lisääntyminen | 29 |
| 4.4. Kuvataideopettajan brändi | 29 |
| 4.5. Taiteilijan brändi | 30 |

5. PIZZALAATIKOITA JA OLIOITA

| | |
|---|----|
| 5.1. Nettijulkaisemisen harjoittelua | 31 |
| 5.2. Tekemisen painopiste Facebookiin | 31 |
| 5.3. Kuvablogi Tumblrissa | 32 |

6. CASE: WWW.TOMASDERITA.COM

| | |
|--|----|
| 6.1. Omasta digitaalisesta jalanjäljestäni | 35 |
| 6.2. Haku nimelläni | 35 |
| 6.3. Hakutulokset muuttuvat | 36 |
| 6.4. Oma sivu julkaisun keskiössä | 38 |
| 6.5. Alkususäys omalle sivulle | 38 |
| 6.6. Valintana Squarespace.com | 39 |
| 6.7. Oman sivun rakenne | 40 |
| 6.8. Blogeista | 42 |
| 6.9. Oma kuvablogini | 43 |
| 7.0. Kokemuksia tomasderita.comista | 47 |
| 7.1. Kävijäseurannalla tietoa | 52 |
| 7.2. Oma verkosto | 53 |
| 7.3. Verkostoni kanavat | 54 |
| 7.3.1. Facebook | 54 |
| 7.3.2. Instagram | 56 |
| 7.3.3. Vimeo | 61 |
| 7.3.4. Pinterest | 61 |
| 7.3.5. Soundcloud | 61 |
| 7.4. Minkälaisena tahdon näyttäytyä? | 62 |

8. POHDINTA

| | |
|---|----|
| 8.1. Pohdintaa prosessista | 65 |
| 8.2. Mitä tutkimus antoi minulle? | 67 |
| 8.3. Lopuksi | 67 |

9. LIITTEET

| | |
|---|----|
| 9.2. Meiju Niskalan näkyvyys | 69 |
| 9.3. Pappas Pärlor singahtaa viraaliksi | 71 |

LÄHTEET

| | |
|------------------------|----|
| Painetut lähteet | 73 |
| Kuvalähteet | 77 |

Kannen kuvavuodukossa on opinnäyteprosessin aikana syntyneiden tuhannen Instagram-julkaisuni sisältämät kuvat ja videot aikaväliltä 19.8.2015–29.4.2018. Kannessa on kuvia 1242 kappaletta.

1. JOHDANTO

1. Kuvia jatkuvasta
Kansainväliset käsimerkit
sarjastani blogissani
7.1.2017.



Mannerheimintie, Helsinki, 6.8.2016



Kulttuurilaukio, Espoo, 26.8.2016

1.1. Tausta

Tässä opinnäytteessäni tutkin oman nettinäkyvyyteni kautta henkilöbrändäämistä ja taiteilija- sekä kuvataidekasvattajaidentiteetin rakentamista. Onko ihmisellä oltava harkittu brändi menestyäkseen nykyajan työmarkkinoilla? Minkälaisen kuvan itsestään antaa nykyaikainen taiteilija ja kuvataidekasvattaja? Millä keinoin harkittua kuvaa luodaan?

Koen aiheen olevan ajankohtainen ja kaikkia tuoreita kuvataideopettajia jollain tapaa koskettava. Näkökulmani työssä on valmistuvan kuvataideopettajan ja verrattain tuntemattoman taiteilijan.

Tutkielman keskiössä toimii internetsivuni kehittäely osoitteessa www.tomasderita.com. Oleellinen osa työtäni on näiden sivujen tuottaminen, ratkaisujen miettiminen ja

niiden kokeilu käytännössä. En kuitenkaan liitä sivujani opinnäytteen arvioitavaksi produktio-osaksi, vaan niiden tuottaminen on ollut osa työprosessia. Esittelen työn edetessä myös näkyvyyteni eri sosiaalisen median palveluissa. Eri palveluista ja niiden ristikkäisistä linkeistä muodostuu verkosto.

Työni on ollut muuntuva prosessi, joka on tuottanut tietoa prosessin kuluessa. Tuota syntynyttä tietoa pyrin työssäni jakamaan. Nostan esiin myös esimerkkejä henkilöistä, jotka brändäävät itseään ja kerron heidän strategioistaan.

Aiheeseeni liittyy myös älypuhelimien käyttö julkaisun välineenä sekä kuvallisen informaation räjähdysmäinen lisääntyminen.

Miten erottautua valtavan kuvavirran keskeltä?

2. TUTKIMUSMENETELMÄT

2.1. Aikaisempi tutkimus

Tutustuessani aihepiiriin muuhun tutkimukseen ja hakiessani Aaltodoc -julkaisuarkistosta¹ brändiaiheisia opinnäytteitä, löysin useita brändiin liittyviä töitä. Töiden aihepiirit liittyivät usein tiiviisti yritysmaailmaan. Hakusanoilla ”personal brand” löytyneet työt ovat useimmiten Kauppakorkeakoulussa tehtyjä ja osoittavat hyvin, miten kaupallisuus ja brändääminen on arkipäiväisempää kaupallisessa maailmassa verrattuna taiteen maailmaan. Kysymys: kokevatko taiteilijat usein kaupallisuuden ja brändäämisen peikkona? Koin, että aihetta oli kiinnostavaa tutkia tästäkin syystä juuri taiteilija-opettajan ominaisuudessa. Löysin arkistosta muun muassa Kirsi Kujalan Kauppakorkeakoulussa tekemän maisterityön *Personal branding as a career advancing method – the importance of self-marketing on social media within the fashion industry*. Työ on tehty haastattelututkimuksena haastatellen viittä muodin parissa työskentelevää agenttia ja mallia.

”Persoonabrändi” ei antanut yhtään hakutulosta, mutta haulla ”henkilöbrändi” löysin muutamia töitä, jotka vaikuttivat olevan lähimpänä aiheitani. Mikael Iso-Bergin työ Kauppakorkeakoulusta vuodelta 2014 nimeltään *Suomalaisten perheyrittäjien kertomuksia henkilöbrändin rakentamisesta* sekä Janne Vuollet in Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun Porin taiteen ja median laitoksella vuonna 2011 tekemän Visuaalisen kulttuurin maisterintyö *Taiteilijan brändin paloja*. Työsään Vuollet tutki brändin käsitettä ja sen

soveltuvuutta taiteen maailmaan. Työ koostui taiteellisesta sekä kirjallisesta osasta, jossa hän tutki omia brändäytymisen mahdollisuuksiaan kahden erilaisen maalaustyylin kautta taidenäyttelyssä.

Aino Neuvosen ammattikorkeakoulujen Theseus-kannasta² löytyvä Turun ammattikorkeakoulun Elokuvan ja television koulutusohjelmassa vuonna 2015 tekemä opinnäytetyö *Rakenna itsesi – henkilöbrändin rakentaminen sosiaalisessa mediassa* näytti myös kiinnostavalta. Työssään Neuvonen halusi selvittää, miten yksityishenkilö voi tietoisesti rakentaa omaa brändiään sosiaalisessa mediassa. Hän esitteli henkilöbrändin käsitteen, tutki muutamien mediapersoonien esimerkiksi Jari Sarasvuon näkyvyyttä internetissä ja lopulta teki itse pienen brändäyskokeilun muun muassa Instagramissa.

Aiheeseeni liittyen filosofian tohtori, sosiaalisen median tutkija Sari Östman digitaalisen kulttuurin väitöskirjassaan *Millä tavalla päivittyksen tästä sais?*³ esittää mallin, jolla verkossa julkaiseminen hänen mielestään portaittain etenee. Koen, että Östmanin esittämä malli on toteutunut omassakin julkaisutavassani.

Oma työni eroaa näistä aikaisemmista töistä tutkimuskysymystensä ja käsittelytavan myötä. Näissä edellämainingituissa töissäkin oli kyllä mukana omakohtaisuutta. Vuollet ja Neuvonen tekevät brändäyskokeiluja samaan tapaan kuin minä, silti mielestäni on perusteltua tutkia empiirisesti aihetta lisää. Oleellista on myös aiheen ajankohtaisuus. Jo pari vuotta vanha aihepiiriin tut-

¹ Aaltodoc.aalto.fi (luettu 5.1.2018)

² Theseus.fi (luettu 5.1.2018)

³ Östman 2015.

kimus vanhenee nopeasti ajassa, jossa esimerkiksi sosiaalisen median palvelut, algoritmit, laitteistot sekä ihmisten käyttäytymisen ovat jatkuvassa muutoksessa.

2.2. Aineisto

Pääasiallinen aineistoni opinnäytteessäni ovat olleet omat empiiriset huomioni toimiessani internetissä aikavälillä 26.6.2015–29.4.2018. Tarkastelujakso alkoi oman nettisivustoni perustamisesta ja päättyi tuhanteen Instagram-julkaisuuni. Jo varhain aloin kerätä aineistoa persoonabrändäykseen liittyen. Aineistoksi kertyi paljon kirjoja, oppaita, nettiartikkeleita ja lehtileikkeitä aiheesta. Olemukseltaan oppaat olivat usein yritysmaailmaan liittyviä englanninkielisiä self-help-opuksia, enkä tuntenut läheisyyttä näiden ohjeisiin.

Hakiessani tietoa googlaamalla ja avatesani Facebookissa aihepiiriin liittyviä linkkejä tuntui myös siltä, että algoritmit alkoivat oppia kiinnostuksistani ja tarjosivat näitä aiheita lisää. Matkan varrella talletin selaimeeni valtavasti aihetta sivuavia linkkejä, otin myös satoja kuvakaappauksia havainnoistani ja omasta toiminnastani. Osa kuvista näkyi tämän opinnäytteen sivuilla.

Alkuun tein myös kaksi taustoittavaa haastattelua saadakseni hahmoteltua aihetani. Haastattelin bloggaaja Kasper Strömmania, jonka koen brändäytyneen vahvasti viime vuosina sekä Voima-lehden toimittajaa Jari Tammista, joka kirjoittaa paljon kutaiteesta. Tammisen kriittinen suhtautuminen markkinointiviestintään myös kiinnosti.

Elokuussa 2016 osallistuini kuuntelijana Galleria Hippolytessä järjestettyyn keskustelutilaisuuteen, jossa mediataiteilija Kai Renes ja Aalto-yliopiston professori, varadekaani Teemu Leinonen keskustelivat aihees-

ta *Sosiaalinen media, kuva ja identiteetti* Renesksen näyttelyyn *Kaksi teosta sosiaalisesta mediasta* liittyen.

Kaupunkitaiteilija Meiju Niskalan esityksen *Action and Reaction* kävin kuuntelemassa Designmuseolla elokuussa 2015.

2.3. Menetelmät

Tutkielmassani ote on laadullinen. Olen tehnyt toimintatutkimusta, johon olen yhdistänyt autoetnografista otetta. Hannu L.T. Heikkinen kirjoittaa toimintatutkimuksen lähtökohdista teoksessa *Toiminnasta tietoon – toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat*. Heikkisen mukaan "toimintatutkimuksessa kehitetään käytäntöjä paremmiksi järjettä käyttämällä".⁴ Opinnäytteeni on toimintatutkimusta koska pyrin sen avulla kehittämään toimintaani. Tein prosessin edetessä havaintoja ja niiden pohjalta muutoksia toiminnassani. Ymmärrykseni kehittyi hiljalleen omien kokemuksieni myötä. Heikkisen mukaan tätä "vähittäistä ymmärtämisen ja tulkinnan prosessia nimitetään hermeneuttiseksi kehäksi".⁵ Toimin syklimäisesti toimintaani kehittäen. Matkan varrella sain oivalluksia ja kokeilin niitä nopeasti käytännössä, välillä jokin kokeilu ei toiminut ja saatoin palata takaisin.

Toimin tutkimuksen ajan pääasiassa teemmällä toimintoja internetissä, joka on vahvasti nykyään sosiaalisen toiminnan ja vuorovaikutuksen paikka. Tutkin omaa sekä muiden toimintaa esimerkiksi sosiaalisen median alustoilla kuten Facebookissa, Instagramissa ja Pinterestissä. On merkille pantavaa, että tutkielman kohde, internet, on jatkuvassa liikkeessä. Kanasen mukaan verkko-maailman yhteisöjen tutkimisesta voisi käyttää nimitystä *netnografia*.⁶

Heikkisen mukaan toimintatutkimus on yleensä ajallisesti rajattu projekti, jonka ai-

⁴ Heikkinen, Kontinen & Häkkinen 2008, 16.

⁵ Heikkinen, Kontinen & Häkkinen 2008, 20.

⁶ Kananen 2014, 17.

kana voidaan suunnitella ja kokeilla uusia toimintatapoja. Ajattelin alkuun rajat oman työni tarkastelujaksoksi yhden vuoden internetsivuni perustamisesta. Työllistyttyäni päivätöihin tarkastelujakso venyi.

Toimintatutkimus ei varsinaisesti ole tutkimusmenetelmä vaan pikemminkin lähestymistapa, jossa yhdistetään eri tutkimusmenetelmiä.

ARTIKKELISSA *ETNOGRAFIA KEHITTÄMISEN välineenä* tarkastellaan etnografian mahdollisuuksia kehittämisprosesseissa. Toimintatutkimuksellisiin kehittämishankkeisiin on mahdollista yhdistää etnografista näkökulmaa. Artikkelin mukaan etnografinen menetelmä on nostanut asemaansa kehittämistiedon tuottajana siitä syystä, että etnografiset lähestymistavat tuottavat monesti mielekkäämpää tietoa kehittämistyön tueksi kuin perinteiset määrälliset mittarit.⁷

Tutkielmassani tutkin ajankuvan myötä erityisesti internetin mahdollisuuksia henkilöbrändäyksessä, taiteen tekemisessä ja työllistymisessä. Tämän jälkeen tutkielmani etenee eräänlaisena juonena, joka alkaa sivuni perustamisesta, etenee prosessinomaisesti ja loppuu. Sivun kehittäminen jatkuu tietysti tutkielman jälkeen edelleen.

Näkökulmani on erityisesti autoetnografinen. Olen samanaikaisesti kehittäjä-tutkija havainnoiden sekä ympäristöäni, että itseäni. Tavoitteeni on opinnäytteen aikana saada ymmärrystä sekä ympäröivästä kentästä, että itsestäni, ja kehittyä tämän ymmärryksen avulla.

"Tavoitteeni on opinnäytteen aikana saada ymmärrystä sekä ympäröivästä kentästä, että itsestäni."

⁷ Haanpää, Hakkarainen & Garcia-Rosell 2018 teoksessa Hämeenaho & Koskinen-Koivisto: Moniulotteinen etnografia 2018, 290.

3. OPINNÄYTETYÖNI TAUSTA JA AJANKUVAA

3.1. Taustana tarve muutokselle

Tutkielmani tausta oli tarpeeni muutokselle elämässäni. Vaihdoin hiljattain aika radikaalisti uraa. Olen työskennellyt graafisena suunnittelijana lähinnä media-alalla eli käytännössä koko 2000-luvun. Arki on kulu-
nut lähinnä erilaisten lehtien ulkoasun parissa työskennellen sekä graafisena suunnittelijana, että lehden ulkoasusta vastaavana AD:na.

Viime vuosina media-alaan on vaikuttanut vahvasti niin sanottu median murros. Yleisesti puhutaan maailmanlaajuudesta digitaalisesta murroksesta, joka on vaikuttanut suuresti myös median käyttötapojen muuttumiseen. Erilaiset mobiilit tekniset päätelaitteet kulkevat käyttäjien mukana ja niillä käytetään verkon erilaisia palveluja. Isot kansainväliset toimijat ovat muuttaneet suuresti medioiden käyttöä kansallisesti ja globaalisti, kun muun muassa lehtien lukeminen on yhä enemmän siirtymässä tai jo siirtynyt nettiin ja ilmaisten sisältöjen pariin.

Sosiaalisen median palvelujen kulutus on kasvanut ja perinteiset mediat ovat jääneet niiden jalkoihin. Hakukonejätti Googlesta ja sosiaalisen median ykköspalvelu Facebookista on tullut verrattain nopeasti maailman suurimpia media-alan yrityksiä joiden lonkerot ulottuvat laajalle. Mainosrahat ovat alkaneet vahvasti liikkua sinne missä suuret massat oleilevat. Yritysten tietämys yksittäisistä käyttäjistä on myös johtanut paremmin kohdennettuun markkinointiin. Nykyään

käyttäjät voivat helposti hakea täysin itseään kiinnostavaa sisältöä eri tahoilta ilmaiseksi tai hyvin halvalla, ja tämä on saanut perinteiset mediat alat ahdinkoon.

Tämän myötä työ esimerkiksi lehtien toimituksissa on muuttunut suuresti. Työtä tehdään monimediaisesti ja usein myös entistä pienemmällä määrällä työntekijöitä. Työtä on enemmän kuin ennen, kiire on kovempi ja työntekijöitä aina vaan vähemmän. Jatkuvat työvoiman vähennystarpeet yrityksissä ja niiden jo melkein säännölliset yt-kierrokset ahdistavat niitä, jotka toistaiseksi ovat saaneet pitää työpaikkansa. Painettujen lehtien levikitt ovat laskussa.

Muun muassa tämä kehitys sekä jo joitakin vuosia takaraivossani jyskyttänyt halu tehdä työkseni muuta ja käyttää luovuuttani toisin ajoi minut hakemaan Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun kuvataidekasvatuksen maisteriohjelmaan. Kuvataideopettajaksi ohjaavan muuntokoulutuksen opinnot aloitin syksyllä 2014. Opin-
tojeni edetessä olen hiljalleen alkanut löytää itselleni uutta taideopettajaidentiteettiä. Taidetta olen harrastanut nimenomaan koko 2000-luvun, työkseni ei siitä ole ollut.

Taideopettajan identiteetin rakentuminen on vaatinut työtä. Taiteen harrastaminen on muuttunut vaivihkaa työksi. Minäkäläinen taideopettaja olen tai pikemmin haluaisin olla? Tätä pohdin jatkuvasti. Elokuussa 2016 aloitin vakituiset taidepedagogin työt Vantaan varhaiskasvatuksessa ja opetin syksystä eteenpäin Annantalos-
sa kahdelle lapsiryhmälle kuvataidetta. Olen

myös toiminut lapsiryhmän opettajana Kärsityökoulu Robotissa, kokeillut pajaohjaimista Suomen muotoilukasvatusseura SuoMu ry:n työpajoissa sekä tehnyt joitakin sijaisuuksia koulumaailmassa sekä kuvataidekoulussa.

3.2. Graafisen suunnittelun muutos

Pitkään työkseni tekemä graafinen suunnittelu on myös ollut pienessä myllerryksessä. *Aalto Festival* esitteli Aalto-yliopiston opiskelijoiden, vastavalmistuneiden ja akatemisten osaamista Helsingin Kellohallissa keväällä 2016. Festivaaliin liittyi tuolloin muun muassa tapahtuma *I Used to Be a Graphic Designer*. Näyttely toi esille sitä miten uudet mediat ja uudet konseptit muuttavat graafista suunnittelua ja ammatin rajat hämärtyvät. Jopa graafisen suunnittelun koulutusohjelman nimi on muutettu Aalto-yliopistossa nyt paremmin aikaa vastaavaksi *Visuaalisen viestinnän muotoiluksi*.⁸ Näyttelyyn liittyvässä paneelitalaisuudessa puhui useita aiemmin lähinnä graafisiksi suunnittelijoiksi miellettyjä henkilöitä. Heidän nykyiset toimenkuvansa kurottelevat entistä laajemmalle esimerkiksi kuvataiteilijan, kuvittajan ja bloggarin suuntiin graafisen suunnittelun jäädessä jopa hieman taustalle. Luovia tekijöitä eivät lokerot pidätele. Esimerkiksi Sosiaalisen median influensseriksi nykyään itseään vähän ironisestikin kutsuva Kasper Strömman tekee muun muassa blogia, sarjakuvia, graafista suunnittelua, kuvituksia, puhujakeikkoja, tv-sarjoja sekä podcastia. Hänellä on valtavasti seuraajia eri kanavissa sekä meriitteinä Vuoden hauskimman blogin 2017, Vuoden suosituimman blogin 2016 sekä Vuoden graafikon 2013 tittelit. Hänen blogiaan lukevat tuhannet ihmiset joka kuukausi.⁹ Strömman on erityisen hyvä miehekseni monikanavaisuudessa ja sujuvassa eri

alueilla toimimisessa. Tällä hetkellä hän keskittyy erityisesti podcastinsa tunnetuksi tekemiseen.

Itselläni graafinen suunnittelu ja erityisesti visuaalisuus kulkee tietenkin mukani, mutta se on selkeästi jäänyt vähän taka-alalle. Myöskään omassa nettinäkyvyydessäni se ei juurikaan näy, minkä voisi ajatella olevan hieman merkillistä. Toisaalta olen halunnut viime aikoina keskittyäkin kuvataidekasvatukseen lähes täysin.

3.3. Nykyajan työelämä

Työelämä on siis ollut murroksessa. Työn tekemisen paikalla ei välttämättä ole enää niin suurta merkitystä, sillä moniin töihin vaaditaan vain tietokone ja internetyhteys. Puhutaan meneillään olevasta neljänneestä teollisesta vallankumouksesta, jonka ajureita ovat digitalisoituminen, tekoäly, robotiikka, esineiden internet ja 3D-tulostaminen.¹⁰

Digitaalisuuden myötä monia töitä on pystytty tehostamaan ja töitä on yhä harvemmille. Tekoälyn ja robottien pelätään vievän työpaikat ennustaa israelilaisen Hebrew University of Jerusalem historian professori Yuval Noah Harari. Hänen mielestään opettajatkaan eivät ole suojassa. "Lapset saavat oppituntinsa tulevaisuudessa kehittyneeltä tekoälyltä, joka pystyy räätälöimään opetuksen kunkin lapsen heikkouksien ja vahvuuksien mukaan"¹¹ Harari maa-lailee tuoreessa kirjassaan *Homo Deus: A Brief History of Tomorrow*. Tähän on vielä aikaa, mutta tämä on osoitus nopeasta kehityksestä, jonka mukana tulevaisuutemme ei ole kovin ennustettavaa.

Toisaalta positiivisesti ajatellen uudenlaisia toimenkuvia syntyy jatkuvasti. Esimerkiksi eduskunnan raportti *Suomen sata uutta mahdollisuutta 2018–2037* luettelee joukon mahdollisia tulevia ammatteja.¹²

⁸ <http://springteam.aalto.fi> (luettu 23.7.2017)

⁹ <http://kasperstromman.com/about/> (luettu 5.1.2018)

¹⁰ Öhrnberg 2017, 9A.

¹¹ https://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/tekoaly-vie-tyopaikkasi-ja-rahasi-paitsi-jos-olet-arkeologi-6630519 (luettu 5.1.2018)

Nykyajan työelämä on pirstaleisempaa ja muuttunut nopeammaksi kuin ennen. Tätä aikaa leimaa myös yhä vahvemmin itsensä työllistäminen. Pätkätyöt, kevytyrittäminen, yrittäjäys, osuuskunnat ja freelancerius ovat nykyajan työelämän muotoja. Työnkuvat muuttuvat ja tekijöiltä vaaditaan entistä laajempaa osaamista ja kykyä projektiluontoiseen työskentelyyn. Opiskeltuaan uuteen ammattiin voi olla, että opit ovat jo vanhentuneet ennen valmistumista. Työntekijän on kyettävä muuntautumaan joustavasti maailman mukana.

Luovalla alalla toimivilla vallitsevat ehkä jo valmiiksi toisenlaiset kuviot verrattaessa niin sanottuihin tavallisiin kuukausipalkkalaisiin. Olemmekin ehkä jo valmiiksi valmistautuneempia kohtaamaan tulevaisuuden haasteet, kun olemme tottuneet pätkätyihin, projekteihin ja tietynlaiseen epävarmuuteen työelämässämme jo muutenkin.

Opintojaan suorittava tai vastavalmistunut kuvataidekasvattaja saa usein totutella silppuiseen työhön, joka välttämättä ei edes ole oman alan työtä. Moni saattaa rahoittaa esimerkiksi taiteellisen työn tekemällä muita töitä. Taiteellisen työn koetaan usein kuitenkin olevan henkinen päätyö. Vastavalmistuneen kuvataideopettajan on melkein pä turha haaveilla pääsevänsä suoraan virkaan ainakaan hyvin kilpaillulla Helsingin seudulla. Esimerkiksi Järvenpäässä lukion kuvataideopettajan virkaan pyrki kuutisenkymmentä hakijaa keväällä 2018.¹³

AIEMMIN TÄYSIN LOOGISELTA TUNTUVAA kuvataideopettajan ura koulumaailmassa, johon tutkinto perinteisesti on valmistanut, ei enää olekaan selvä. Facebookin *Kuvista*-ryhmässä¹⁴ keskustelevat tuntuvat pitkälti opettavan perinteisesti koulumaailmassa. Kuvataideopettajat ry:n hallinnoimalla *Kuvisopet*-sähköpostilistalla¹⁵ vuonna 2011 valmistunut tamperelainen kuvataideopettaja

kyseli elokuun lopulla 2017 listalaisilta vinkkejä työllistymiseen. Hän oli havainnut avoimia paikkoja olevan vuosi vuodelta vähemmän ja koki työllistymisen yläkouluun ja lukioon vaikealta. Työväenopistoihin kursseja tarjoamalla taas riittävän elannon saaminen mietitytti ja oma osaaminen esimerkiksi mediakasvatukseen ei tuntunut riittävän. Mattilan sähköposti tuntuu melko hyvin kuvaaavan tilannetta jollaiseksi itsekin kohta valmistuvana kuvataideopettajana koen nykyisen työtilanteen. Vaikeuksia saada pysyvää työtä koulumaailmasta, saadun työn vähyyden ja palkan riittämättömyyden sekä myös huolen siitä, riittääkö oma osaaminen työelämän muuttuviin vaatimuksiin.

Facebookin *Kuvista*-ryhmän ylläpitäjä Mari Salonen suositteli kuvataideopettajaopiskelijoille lämpimästi ”työnhakukammutukseen” sivuaineen opiskelun kautta saatua luokanopettajapätevyyttä. Kaksoispätevyys hänen mukaansa olisi sijoitus työllistymiseen.¹⁶

Taidekasvatuslehti *Styluksen* artikkelissa *Identiteettiä jäsentämässä*¹⁷ kuvataidekasvatuksen maisteriopiskelija Nana Matikkala kirjoittaa myös haasteista joihin nykyajan kuvataideopettaja törmää. Artikkelissa puhutaan nykyajan kuvataideopettajan identiteetin rakentumisesta ja listataan haasteiksi muun muassa ilmiöoppiminen, digitalisoituminen ja kasvava monikulttuurisuus. Uudet haasteet vaativat asioihin paneutumista, avoimuutta ja kykyä omaksua uutta. Opettajana työskentely vaatii itsensä kehittämistä ja avoimuutta ajan ilmiöille. Artikkelisiin haastateltu pitkän uran tehnyt kuvataideopettaja ja taiteen tohtori Sirkka Laitinen liputtaa myös verkottumisen puolesta. Hänen mielestään nykyajan kuvataideopettajalta vaaditaan sosiaalisuutta ja yhteistyökykyä toimia muiden kanssa. Artikkelissa nostetaan esille vielä kamppailu ja vastuu omasta aineesta. Meteliä pitäisi pitää ja olla

¹² <https://www.hs.fi/tiede/art-2000005645848.html> (luettu 30.4.2018)

¹³ Sähköposti Kuvisopet-listalla (lista@kuvis.fi) 2.5.2018

¹⁴ <https://www.facebook.com/groups/kuvista/>

¹⁵ Sähköposti Kuvisopet-listalla 23.8.2017

¹⁶ <https://www.facebook.com/groups/kuvista/permalink/929728813729702/> (luettu 15.5.2015)

¹⁷ Matikkala 2017, 20.

yhteistyössä kollegoiden kanssa ettei oppia-
neen asema huonone.

IDENTITEETTITYÖLLÄ JA HENKILÖ-
kohtaisella brändillä on merkitystä sekä si-
säisesti, että ulkoisesti. Uskon, että aktiivi-
sella ja määrätietoisella toiminnalla voi vai-
kuttaa omien taitojen kehittymiseen, tun-
nettuuteen ja työllistymiseen. Työskente-
ly julkisesti pakottaa jatkuvasti miettimään
omaa kuvaa. Nettiin tehtynä tätä omaa net-
tipresenssiään voi helposti päivittää ja vaika
muokata täsmänä tiettyä työnhakua var-
ten sopivaksi.

Olen myös itse kokenut, että jatkuva uu-
den opiskelu, laajat kiinnostuksenkohteet ja
osaamisen päivittäminen on välttämätön-
tä pysyäksään mukana kehityksessä. Aktii-
visuus ja uuden oppiminen kannattaa myös
näyttää ulospäin. Toimiminen internetis-
sä ylläpitää ja edistää osaamista, luo verkos-
toja ja uusia mahdollisuuksia. Spontaani ko-
keileminen ja jopa luonnoksenomaisena jul-
kaiseminen mahdollistaa ajatuksien virran,
joka luo taas uusia ideoita. Itsevarmuus kas-
vaa, kun omia ideoitaan laittaa esille kom-
mentoitavaksi. Koskaan ei voi tietää mihin
jokin yksittäinen julkaisu johtaa tai minkä-
laisia jatkojalosteita ideasta syntyykään.

Internetin myötä itseopiskelu on myös
entistä helpompaa. Melkein aiheesta kuin
aiheesta voi löytää kursseja. Joistakin kurs-
seista voi saada todistuksina suoritusmerk-
kejä (badge), joita voi kerätä omille sivuil-
leen internetiin nähtäville. Itse suoritin esi-
merkiksi keväällä 2016 itseopiskeluna pe-
ruskoulun opettajille tähdätyn *Koodiaapi-
nen*-kurssin, jossa opiskelin koodauksen
opettamista lapsille. Käydystä kurssista on
ollut hyötyä omassa opetuksessani ja lisäsin
sen mielelläni CV:en. Koodaus on tällä het-
kellä kuuma aihe.

TALOUSKOMMENTAATTORI, TILINTAR-
kastusyhtiö KPMG:n pääekonomisti Cons-
tance Hunter kirjoittaa disruptiosta, jos-
sa vakiintuneet toimintamallit murtuvat di-
gitalisaation vuoksi. Hänen mukaansa "me-
nestyneimmät työntekijät ovat niitä, jotka
opettelevat jatkuvasti uutta. Ei ole väliä sillä,
missä vaiheessa työuraansa on, aina kannat-
taa opetella uutta ja suuntautua aktiivises-
ti etsimään uutta"¹⁸, hän sanoo johtamisen
ja esimiestyön lehdessä Faktassa. Ajatus on
ihän samansuuntainen kuin omani ja sopii-
kin hyvin alalle kuin alalle ohjenuoraksi.

Tom Peters kirjoittaa eräässä artikkelis-
saan ylöspäin suuntautuvan tikkaksi koetun
uramallin ja lineaarisuuden olevan ohi. Hän
vertaa uraa shakkilautaan tai jopa sokkeloon
jolla kuljetaan eri suuntiin: sivuttain, eteen-
päin, liukuen diagonaalisti ja jopa taakse-
päin jos siinä on järkeä. "Ura on on portfo-
lio projekteja, jotka opettavat sinulle uusia
taitoja, kartuttavat asiantuntijuuttasi, kehit-
tävät uusia kyvykkyyskäsiä, kasvattavat kolle-
giaalista pääomaa ja jatkuvasti keksittyvät
brändisi uudelleen".¹⁹

Ajankuvaan sopii hyvin myös tietynlainen
oman työn luomisen ajatus. Erilaiset tarinat
itse tehdyistä elämästä, oravanpyörästä hyp-
päämisestä ja unelmien tekemisestä todek-
si ovat tuttuja ainakin aikakauslehtien pals-
toilta. Kirjassa *Unelmahommissa – tee itsellesi
työ siitä mistä pidät* Satu Rämö ja Hanne Valtari
kehottavat jokaista unelmoimaan itselleen
mieluisan työn ja sitten luomaan sen. Kirja
selkeästi heijastelee tämän ajan tunnelmia.
Kirjan kirjoittajat ovat hyvä esimerkki ny-
kyajasta: Satu Rämö tunnetaan elämästään
Islannissa kertovasta Salamatkustaja-blo-
gistaan, pitämästään design-kaupastaan ja
matkailustaan. Valtari taas on tehnyt itsel-
leen ammatin kirjoittamastaan Lähiömut-
si-blogistaan.²⁰ Bloggaaja on ihan varteeno-
tettava ammatti monille.

Gem Bartonin kirja *Don't Get a Job... Ma-*

¹⁸ Eskola 2017, 7.

¹⁹ Oma suomennokseni:
<https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>
(luettu 29.7.2017)

²⁰ Rämö & Valtari, 2017.

²¹ Barton 2016.

²² Lisää: <https://mesenaatti.me>, <https://www.kickstarter.com>, <https://www.etsy.com>, <https://about.holvi.com>, <https://www.teacherspayteachers.com>, <https://www.theartofed.com>, <https://www.patreon.com/>.

ke a Job²¹ kääntää myös päälaelleen totutun kaavan työpaikan saamisesta ja hän kehoittaa luomaan mahdollisuuksia itse. Taloudellinen epävarmuus ja toisaalta valmistuvien luovien ammattilaisten suuret määrät johtavat kilpailuun. Kirjassa erityisesti pyritään auttaamaan vastavalmistuneita designereita keksimään näitä uusia mahdollisuuksia erilaisin luovin tavoin.

Oman työn luomiseen liittyen mieleeni tulee myös uudehkoja luovia tapoja rahoittaa projekteja tai työllistää itsensä. Näitä voisivat olla muun muassa projektien tekeminen joukkorahoituksella (*Mesenaatti, Kicks-tarter*) ja omien tuotteiden kaupankäynti erilaisilla internetin myyntialustoilla (*Etsy, Holvi*). Ennakoluuloton opettaja voisi hyötyä myös omien kurssien suunnittelusta ja myymisestä verkossa toisille opettajille (*Teachers Pay Teachers*) tai tarjota taideopetusta maksusta verkkokursseina (*Skillshare, The Art of Education*). Olen nähnyt monen luovan tekijän alkaneen käyttää myös amerikkalaisia *Patreon*-palvelua, jossa oma tekeminen rahoitetaan muiden maksamilla kuukausittaisilla tukimaksuilla.²²

3.4. Havaintoja kuvataideopettajan identiteetistä

Aloittaessani tämän tutkielman tekemistä ajattelin, että kuvataidekasvattajat yksilöinä voisivat ehkä näkyä enemmän internetissä. Jos nettipresenssi löytyi niin se tuntui usein vähän varovaiselta ja hieman staatistiselta. Nähdäkseni useimmiten kuvataidekasvattajien sivut ovat omaa taiteellista työtä esitteleviä portfolioita. Opinnoissani kuvataidekasvatuksen muunto-ohjelmassa käymilläni *Opettajan portfolio*- sekä *Ammattilaisena taidemaailmassa* -kursseilla keväällä 2016 huomasin, että moni opiskelija ei ollut aiemmin nähnyt tarpeelliseksi koota töitään muiden nähtäväksi tai miettiä omaa kehityvää taiteilija- ja taidekasvattajaidentiteettiään. Jotkin opiskelijat rakentelivat kursseilla tehtävinä ensimmäisiä kertoja portfolioita internetin blogi- ja portfolioalustoille. Uskon tuon työn ja ensimmäisen portfolioon kokoamisen avanneen opiskelijoilla ajatuksia omasta taidekasvattajan ja/tai taiteilijan identiteetistä, siitä mikä kiinnostaa, mitä osaa ja mitä haluaa taiteilijana tai taidekasvattajana tehdä. Kurssit olivat monelle tärkeä sysäys eteenpäin. Laatiessaan teksti ja-

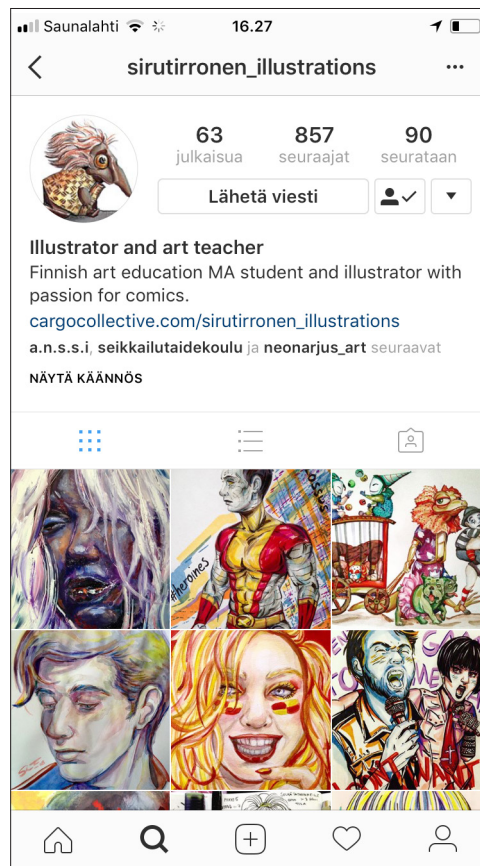
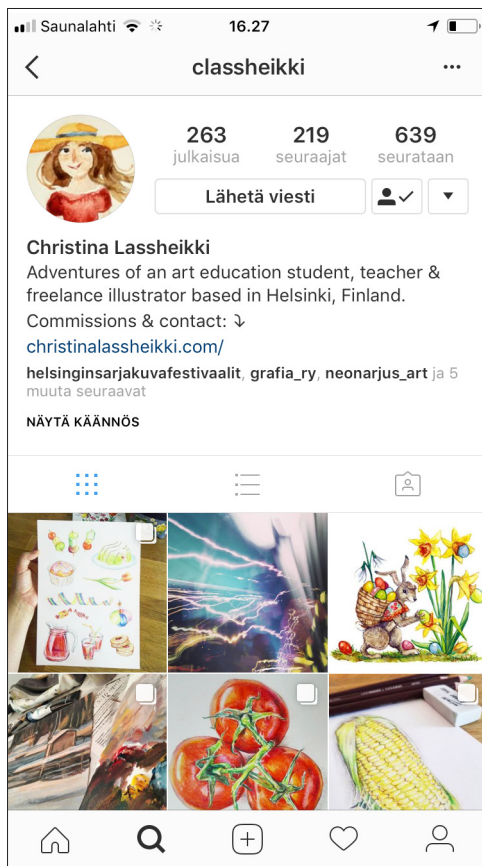
2. Alex Norrisin sarjakuva *Webcomic Name* käsittelee stripissä taiteilijan identiteettiä ja työn haasteita. Kuvan oikeassa laidassa Norris pyytää tukemaan työskentelyä *Patreon*issa.



kuvamuotoista esittelyä itsestään joutui väkisinkin miettimään omaa identiteettiään ja osaamistaan. Kyseessä on ennen kaikkea se, mitä haluaa näyttää ulospäin osaamisestaan muille, siis siitä minkälaista kuvaa itsestään tahtoo ulospäin näyttää ja miten itsensä tahtoo brändätä.

Tällä tarkastelujaksollani olen kokenut, että viime aikoina yhä suurempi osa taidekasvattajista on viehätynyt julkaisemaan esimerkiksi Instagramissa töitään, työprosessiaan tai opettajana teettämiään oppilastöitä julkisesti. On ollut kiinnostavaa päästä näkemään prosesseja lopputulosten lisäksi. Monella on myös hyvin ylläpidetyt omat

sivut olemassa. Sosiaalisen median myötä taidekasvatus oppiaineena ylipäänsä on ollut enemmän äänessä. Jotkin taideopettajat ovat ottaneet julkisuudessa mielipidekirjoituksin kantaa kuvataidekasvatusoppiaineen tärkeydestä aineen ollessa uhattuna. Facebookin Kuvista-ryhmässä käydään kollegoiden kesken keskustelua ja suunnitellaan vastineita ajankohtaisiin aiheisiin. Ryhmästä on mieleen jäänyt useita ammattitaitoisia aktiiveja. Olen myös huomannut hyvin monien kuvataidekoulujen sekä koulujen kuvataideoppiaineen menneen muun muassa juuri Instagramiin. Sosiaalisen median julkaisuissa on näkynyt kuvataidekas-



3. Kahden kuvataideopettajaopiskelijan Instagram-näkyvyyttä. Kummallakin näkyy vahvasti oma taiteellinen työskentely varsinkin piirtämisen ja maalaamisen parissa sekä kiinnostus kuvitustöihin. Molemmat ovat valinneet julkaisuidensa kieleksi englannin ja molemmilta löytyy linkki omalle internetsivulle.

vatuksen opiskelijoiden lataamien kuvien yhteydessä hashtag #kuvisbest kokoavana merkkinä ja oppiaineen moninaisuutta esittelevänä ja ylpäänäkin tunnisteena. Heikka Valjan sanoin esimerkiksi mikroblogipalvelu Twitterissä olisi vielä twiittaavan kuvismaikan rooli otettavissa haltuun.²³

Valmistuvat kuvataideopettajat ovat toisensa kilpailijoita työnhakutilanteissa. Ei ole tavatonta, että mahdollinen työnantaja googlaa hakijoita tutustuaakseen hakijan taustoihin. Lain mukaan²⁴ työnantaja ei saisi googlaa potentiaalisia työnhakijoita tai kerätä tietoa ilman työnhakijan suostumusta esimerkiksi Facebookista, mutta en usko ettei tätä tapahtuisi yleisesti. Ongelmaksi tällaisen haun tekijälle voi muodostua löydettyjen tietojen paikkansapitävyys. On siis tärkeää miettiä, mitä haun yläpäästä löytyy. Viimeisillä kerroilla hakiessani työpaikkoja työhakemuksessa on ollut kohta, johon saattoi laittaa oman sivunsa osoitteen. Seuratessani sivujeni статистиikkoja huomasin näiltä työnantajahoilta tulleen liikennettä sivulleni työhakemukseni jättöajan jälkeen. Rekrytointipäätöksiä tehdessään työnantaja selvittää taustat tarkkaan.

3.5. Sosiaalisesta mediasta

Internetin vaikutus maailmaamme on ollut järisyttävä. Tekniikan kehityksen myötä liki jokaisen taskusta löytyvä älypuhelin mahdollistaa vuorovaikutuksen *kaikkien kanssa milloin vaan*. Älypuhelimien sanotaan demokratisoineen maailmaa. Sosiaalisen median palveluista maailmanlaajuisesti eniten käyttäjiä on Facebookilla. Facebookilla kahden miljardin käyttäjän raja on jo mennyt rikki. Palvelun käyttäjämäärä on kaksinkertaistunut viidessä vuodessa ja tätä sosiaalista mediaa käyttääkin näin jo neljäsosa maapallon väestöstä vähintään kerran kuussa. Statista.com-sivus-

ton mukaan sosiaalisen median palveluiden käyttämisen oletetaan yhä kasvavan varsinkin mobiilikäytön lisääntyessä.²⁵ Jokaiselle aktiivisesti sosiaalista mediaa käyttävälle muodostuu omanlaisensa ja jatkuvasti muuntuva paletti sosiaalisen median palveluita. Kaikissa palveluissa ei ole mielekästä olla aktiivisena. Toisaalta kaikki eivät käytä sosiaalista mediaa lainkaan ja havahtuminen sosiaalisen median huonoihin puoliin on ollut myös kasvussa.

DNA:n Somebarometrin mukaan Suomessa sosiaalisen median kanavista eniten käyttäjiä on YouTubella (88%), Facebookilla seuraavaksi eniten (82%), kolmantena tulee pikaviestisovellus WhatsApp (70 %) ja neljäntenä Instagram (46%). Kaikki sosiaalisen median palvelut ovat olleet Suomessa käyttäjämääriltään kasvussa.²⁶

VOIDAAN OLETTAA, ETTÄ USEIMMILLA meillä alkaa olla tässä vaiheessa jo kokemusta sosiaalisessa mediassa toimimisesta ja alun tunnustelut ovat jääneet taakse. Osaamme noudattaa toimissamme tietynlaista netiketä eli toimimme internetissä hyvien tapojen mukaisesti ja ymmärrämme tekojemme seuraukset. Näin ollen pyrimme hallitsemaan omaa julkisuuskuvaamme. Digitaalisen kulttuurin väitöskirjassaan *Millasen päivityksen tästä sais?* filosofian tohtori, sosiaalisen median tutkija Sari Östman esittää, että olemme omaksuneet kulttuurisesti *elämäjulkaisemisen*. Tutkimuksessaan hän esittää kolmiportaisen mallin, jolla henkilökohtainen omaksumisprosessi etenee. Östmanin teorian mukaan nämä kolme vaihetta ovat: *alustava omaksuminen*, *syvenevä omaksuminen* ja *syväomaksuminen*. Alustavan omaksumisen vaiheessa julkaisuja, tekniikoita ja teknisiä alustoja harjoitellaan käyttämään. Käytännöistä yritetään saada itselle soveltuvia.²⁷ Itsekin olen kokeillut useita alustoja joista jotkin ovat jääneet elämään ja toiset ovat unohtuneet. Nyt jo unohtuneita itselläni ovat esimerkiksi blogipalvelu Tumblr

²³ Luentomuistiinpanot 5.10.2015.

²⁴ Laki yksityisyyden suojasta työelämässä: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2004/20040759> (luettu 5.5.2018)

²⁵ <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (luettu 6.5.2017)

²⁶ https://corporate.dna.fi/documents/94506/930199/DNA+Digitutkimus+2017_raportti+medialle_somebarometri.pdf/c903996e-d8c4-39dd-8ecd-75c5e50ee485 (luettu 2.4.2018)

²⁷ Östman 2015.

ja kaupunkikarttaan perustuva FourSquare. Alkuaikojen julkaiseminen esimerkiksi Facebookissa tuntuu nyt nimenomaan harjoittelemiselta, palaaminen menneisyyden julkaisuihin saa aikaan nolon olon.

Östmanin mukaan syvenevän omaksutuksen vaiheessa elämäjulkaisijat pyrkivät näyttäytymään *fiksuna ihmisenä*.²⁸ He haluavat vaikuttaa lukijoidensa silmissä asialliselta sekä korostaa hyviä puoliaan rajoittamalla kerrontaansa. Fiksuna ihmisenä näyttäytymisen lisäksi Östman nostaa *hyvänä mediankäyttäjänä näyttäytymisen*.²⁹ Tällä hän tarkoittaa sitä, että henkilö harkitsee julkaisukynystä eli tekee taas rajauksia mitä julkaisee ja mitä ei. Elämäjulkaisija hallitsee myös netiketin. Hänen mielestään onnistuneella elämäjulkaisijalla on vielä *hyvän viihdyttäjän taidot*.³⁰ Useat Östmanin tutkimukseen osallistuneet henkilöt halusivat tuottaa laadukasta ja kiinnostavaa sisältöä. Viihdyttämisen taitoa pidettiin jopa tärkeimpänä elämäjulkaisijuuden tekijöistä. Östman kirjoittaa tutkimuksessaan *verkkoseurallisuudesta*, jossa viihdytystaidot sekoittuvat sopivaan määrään intiimiä.³¹

Syväomaksutuksen vaiheessa elämäjulkaisijuus sisäistetään niin, että aina julkaitessaan jotain elämäjulkaisija toimii tietysti omaksutussa roolissa.³² Östman viittaa Peter Bergerin ja Thomas Luckmannin sosiaali-teoriaan.

Elämäjulkaisijuus muuttuu roolista edelleen osaksi identiteettiä. Tällöin elämäjulkaisija katsoo elämänsä koko ajan ikään kuin julkaisijan silmin.³³ Myönnän itsekä usein arjessani ajattelevani samoin mihin Östmanin väitöskirjan otsikko viittaa: Millä lasen päivityksen tästä sais? Yhä useammin teen ajattelun vain päässäni tekemättä siitä päivitystä tai tehtyäni päivityksen koen sen tyhjämpäiväiseksi ja poistan sen. Kynnys julkaista on kasvanut ja tietynlainen laaduntarkkailu on päällä.

3.6. Big data & big photo

Elämme valtavan kuvaähkyn aikaa. Erottutumisen tässä informaatio- sekä kuvatulvas ei ole helppoa. Puhelimesta on tullut netiselailun ja erilaisten sosiaalisten palvelujen käyttämisen lisäksi myös vartenotettava julkaisemisen väline. Älypuhelin on nykyään täysiveroinen tietokone, joka kuuluu monella tärkeänä osana päivän kulkuun. Puhelimen kameroiden hyvä laatu ja nopeat internetyhteydet mahdollistavat erilaiset julkaisemisen tavat. Kuvan voi julkaista heti ainakin teoriassa globaalille yleisölle hetkessä. "Kännykkäkamerat ovat luoneet uudenlaisen valokuvakulttuurin, joka perustuu välittömään jakamiseen ja on riippumattomampi tietokoneesta kuin kuvaaminen digikameroilla"³⁴ kirjoittaa Merja Salo *Jokapaikan valokuva* -teoksessa, joka käsittelee suomalaisen valokuvauksen digitalisoitumista.

Kuvaaminen on lisääntynyt digitaalisuuden myötä eksponentiaalisesti, kamera kun kulkee aina taskussa. Kuvaan itsekä helposti satoja kuvia viikossa. Taskustani aina löytyvä puhelin mahdollistaa minulle ympäristön dokumentoinnin, joka muodostaa oikeastaan keskiön tämän hetkisen taiteellisen työskentelylleni. En kaipaa kuvilta täydellistä laatua vaan, enemmänkin peräänkuulutan ideoita, joiden välittymiseen puhelimen kamera riittää hyvin. Nykyisellä puhelimellani saan parempia kuvia kun muutaman vuoden vanhalla pokkarikameralla.

DESIGNER JA DATAVISUALISTI NICHOlas Felton käyttää kekseliäästi *Big dataan* viitattavaa termiä *Big Photo* kirjassaan *Photoviz - Visualizing Information Through Photography*³⁵ viitatessaan valokuvien määrän kasvuun ja kuvien järjestelemiseen järkevään muotoon. Feltonin mukaan nykyään valokuvia otetaan lähes 400 miljardia vuodessa. Hänen mu-

²⁸ Östman 2015, 142.

²⁹ Östman 2015, 152-153.

³⁰ Östman 2015, 175.

³¹ Östman 2015, 189.

³² Östman 2015, 195.

³³ Östman 2015, 204.

³⁴ Salo 2015, 267.

4. Erik Kessels visualisoi hienosti digitaalikameroiden ja kuvienjakopalveluiden merkitystä kuvien määrin kasvussa. Yhden vuorokauden aikana Flickr-palveluun lisätyt kuvat tulostettiin kasoiksi galleriatilaan.



kaansa 10 prosenttia koskaan otetuista kuvista on syntynyt viimeisen vuoden aikana. Hän uskoo kuvien määrän vain kasvavan kun kamerapuhelimien ja muiden kameroita sisältävien laitteiden määrä kasvaa (kuten valvontakamerat, autot, dronit [drone], puettavat tietokoneet [engl. wearables] ja tabletit...). Kirjassaan hän antaa esimerkkejä tavoista valtavan kuvamassan järjestelyyn. Tämä valtava massa on tietysti suurelta osin laadultaan vähän mitä sattuu. Lokakuun 2017 Image-lehti oli teemaltaan valokuvanumero. Lehdessä haastatellaan muun muassa suomalaisen valokuvalehti Raw View'n päätoimittajaa valokuvaaja Hannamari Shakyaa, joka viittaa myös edellä mainittuun Feltonin lainaukseen. Hänen mukaansa tuosta kuvamassasta noin 98 prosenttia on yhteiskunnallisesti merkityksetöntä kuvaa. Shakan mukaan on myös sanottu, että suomalaisia valokuvaharrastajia on kaksi miljoonaa.³⁶

HOLLANTILAISTA ERIK KESSELSIÄ VOI kuvailla monilla määreillä, mikä sopiikin hyvin ajankuvaan. Hän on ollut ainakin designer, valokuvaaja, taiteilija, kuraattori, kustantaja ja toinen KesselsKramer -mainostöimiston perustajista. Häntä kuvaillaan myös 2000-luvun valokuvauksen renessanssimieheksi.³⁸ Parikymmenvuotisen uransa aikana hän on ollut kiinnostunut epätäydellisyydestä ja iloisista sattumuksista, kerrotaan Timen artikkelissa *An Ode to Amateur Photographers*.³⁷ Kesselsiä on kiinnostanut kirpputoreilta haalitut tuntemattomien ihmisten kotialbumit sekä internetin syövereistä kaivetut amatöörikuvajien kuvat. Hän pitää itseään melkein arkeologina, joka tutkii löydöksiään ja koittaa etsiä amatöörien kuvista tarinaa. Hän pitää nykyistä kuvakulttuuria liian siloteltuna viitaten varsinkin kaupalliseen kuvavastoon. Kuvat ovat hänen mielestään liian tekemällä tehtyjä ja näin ollen niitä ei voi ku-

³⁵ Felton 2016, 7.

³⁶ Väänänen 2017, 66.

³⁷ time.com/4755037/erik-kesselsretrospective/ (luettu 9.7.2017)

³⁸ <http://www.bjp-online.com/2017/05/kessels-lives/> (luettu 18.7.2017)

kaan enää katsella *fantasioiden*. Kuvat ovat hänen mielestään suljettuja. Kesselsistä tehdyllä videolla hän kertoo miten "internet on avannut monia asioita ja demokratisoinut monia aloja. Hänen mielestään tänä päivänä jokainen on valokuvaaja, jokainen on arkkitehti ja kaikki toimivat mainonnan alueella.³⁹ Kesselsin eräs tunnettu työ *24 Hours in Photos* kävi Suomen Valokuvataiteen museossa #snapshot-näyttelyssäkin.⁴⁰ Hän oli kiinnostunut valokuvien määrän kasvusta ja latasi vuonna 2011 vuorokauden aikana Flickr-kuvapalveluun⁴¹ ladatut melkein miljoona kuvaa, tulosti ne ja heitti ne röykkiöiksi museotilaan.

Timen artikkelin mukaan teos oli hyvin ajankohtainen ja merkitsi muutoksen alkua vähän ennen Instagramin ja Snapchatin suosiota. Kesselsin mukaan vuonna 2017 asiat eivät ole muuttuneet muuten kuin siten, että kuvia on vain enemmän ja enemmän. Kesselsin kuvamassoista kuratoimia sarjoja on julkaistu useissa julkaisuissa, kirjojakin on yli viisikymmentä. Hänen teoksensa kuvaavat aika mielenkiintoisesti kuraointia nykyajan ilmiönä. Kessels valikoi kuvia, tekee niistä nostoja tai kuvasarjoja. Tekijänoikeudet häilyvät ja omistajuudella on erilaisia puolia: lupia ei kysytä kuvaajilta tai kuvien kohteilta, heitä ei kreditoida tekijöiksi ja kirjojen kansissa on painettuna Kesselsin nimi.

Erik Kesselsin sanoin: "Käytämme kuvia enemmän kuin koskaan. Nykypäivän ihminen on lounasaikaan mennessä nähnyt enemmän kuvia kuin 1700-luvulla elänyt näki koko elämässään. Ihmislaista on tullut kuvantoimittaja, kuvankuluttaja."⁴³

"Ihmislaista on tullut kuvantoimittaja, kuvankuluttaja."

3.7. Algoritmien vietävänä

Datan lisääntymisen myötä puhutaan Big datasta joka tarkoittaa "käsittämättömän suurten ja järjestämättömien tietomassojen keräämistä, säilyttämistä ja ennen kaikkea analysointia tietoteknisten ratkaisujen avulla"⁴⁴. Eläessämme tätä digitalisaation aikaa meistä kerätään jatkuvasti valtavasti tietoa ja tätä tietoa käytetään algoritmien kanssa hyväksi.

Kauppalehden artikkelissa yhdysvaltalaisen matemaatikko Cathy O'Neil pitää algoritmien ja big datan yhdistelmää kasvavana yhteiskunnallisena uhkana. O'Neil pitää ongelmana algoritmien läpinäkymättömyyttä. Algoritmit vaikuttavat elämäämme ja valintoihimme niin, ettemme voi niihin juuri vaikuttaa. "Niiden ajatellaan olevan puolueettomia matemaattisia malleja, mutta todellisuudessa ne ovat tekijöidensä ideologisia valintoja, tavoitteita ja mielipiteitä heijastavia ohjelmia."⁴⁵

Palvelujen taustalla pyörivät algoritmit toimivat maksimoidakseen meistä käyttäjistä saatavan rahallisen hyödyn. Monimutkaiset algoritmit myös yrittävät palvella ja hyödyttää käyttäjiään kohdentaen heille mahdollisimman kiinnostavaa sisältöä oli se sitten mainontaa tai muuta sisältöä. Jokaisen silmille näytetään jossain määrin personoitua sisältöä, jolla käyttäjiä koukutetaan yhä tiukemmin palvelun käyttäjiksi. Se keitä tai mitä tahoa seuraat, se miten toimit vaikuttaa algoritmeihin, tykkäämiset ja tunteiden ilmaisut vaikuttavat eri tavoin siihen miten algoritmi toimii. Käyttäjän toivotaan palaavan mahdollisimman usein katsomaan, mitä uutta palvelussa onkaan. *FOMO – Fear of Missing Out* – pelko siitä, että jää paitsi jostain leimaa tätä aikaa ja on helppo yhdistää sosiaaliseen mediaan. Termi on löytynyt jo muutaman vuoden Oxford English Dictionaryn.

³⁹ Oma suomennokseni: <https://vimeo.com/118099436> (24.7.2017)
40 21.8.2014–18.1.2015

⁴¹ <https://www.flickr.com>

⁴² Instagram perustettiin 2010, Snapchat 2011.

⁴³ <http://www.valokuvataiteen-museo.fi/fi/nayttelyt/photography> (luettu 11.12.2017)

⁴⁴ <http://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/tieto/big-data-muuttaa-maailmaa-3440603> (luettu 6.7.2017)

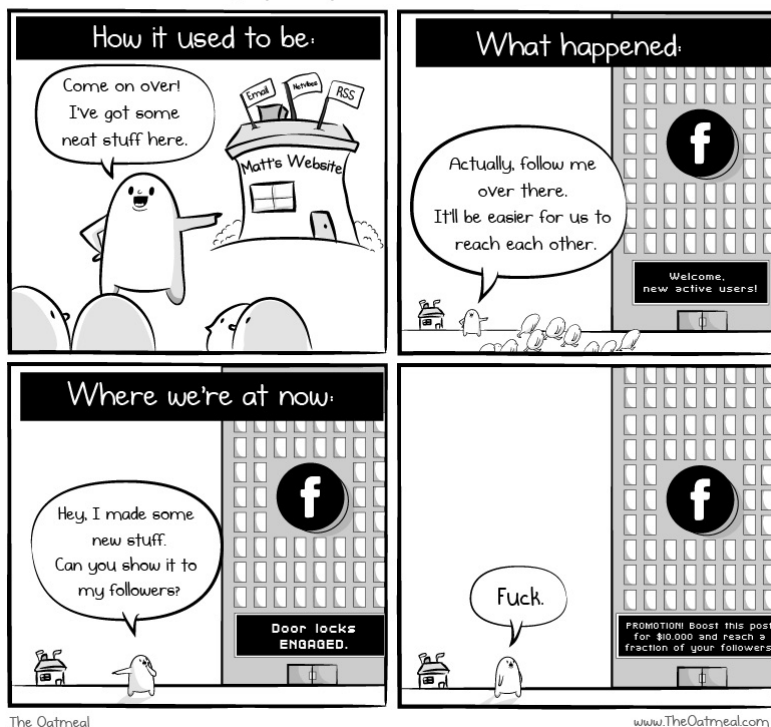
⁴⁵ <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/tuhoavatko-algoritmit-demokratian-kylla--sanoo-matemaatikko-ja-pitaa-niita-mustina-laatikkona---tervetuloa-pimealle-puolelle/MRHCFc-cM> (luettu 5.11.2017)

⁴⁶ <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005544335.html> (luettu 15.4.2018)

⁴⁷ Lisää kohdassa: 7.3.1. Facebook.

⁴⁸ <https://www.hs.fi/teknologia/art-2000005624835.html> (luettu 1.4.2018)

Reaching people on the internet.



The Oatmeal

www.TheOatmeal.com

Algoritmit ovat jatkuvassa muutoksessa ja seuraavien käänteiden ennustaminen on vaikeaa, eikä näin lainkaan meidän hallinnassamme. Luodun sisällön leviäminen vaikkapa Facebookissa tai Instagramissa on täysin riippuvaista algoritmeista. Helsingin Sanomien artikkeli kertoo Facebookin uuden algoritmin suosivan perhettä, kavereita ja tuttavien medioiden näkyvyyden kustannuksella.⁴⁶ Jos luomasi posti aiheuttaa nopeasti reaktioita ja keskustelua, algoritmi näyttää sitä yhä enemmän. Reaktioita

5. Matthew Inmanin *The Oatmeal*-sarjakuva käsittelee Facebookin muuttumista. Ensimmäinen kaikki houkuteltiin mukaan palveluun, nykyisin palvelu vaatii näkyvyydestä rahaa.

tuottamaton aineisto suodatetaan taas pois. Facebookin juoni tämän taustalla on aiheuttaa käyttäjilleen merkityksellisuuden tunnetta ja onnellisuutta. Tämä kourkuttaa käyttäjiä. Artikkelin mukaan medioiden näkyvyydestä algoritmi siis rajoittaa ja näkyvyydestä onkin jatkossa maksettava yhä useammin. Medioiden lisäksi pienemmätkin toimijat kärsivät Facebookin ansaintamallista. Oman kokemukseni mukaan ylläpitämällä henkilökohtaisen profiilin sijasta Facebookissa Sivua (Page), yhtiö näkee tässä rahastuspotentiaalin ja alkaa vaatia aggressiivisesti näkyvyydestä rahaa.⁴⁷

Tämä on ollut monelle sivun ylläpitäjälle harmillinen muutos.

Algoritmeihin liittyen varsinkin juuri Facebook on saanut myös erittäin kriittistä huomiota tietojenkeruustaan ja yksityishenkilöiden tietojen myymisestä kolmansille osapuolille.⁴⁸ Yhtiö alkaa olla liian suuri, sillä on liikaa tietoa meistä ja se haluaa ansaita tällä liikaa. Yhtiön arvellaan jopa pian tietävän, mitä haluamme ennen kuin tiedämme sitä itse. Vaarallista on, että Facebookilla ei ole oikeastaan veroistansa kilpailijaa. Kunnon kilpailija voisi tervehdyttää tilannetta.

3.8. Yhteenveto ajankuvasta

Työn muutoksen, työelämän pirstaleisuuden ja projektiluontoisuuden lisääntyessä ehdotan edelliseen viitata, että kuvataideopettajankin on hyvä nykypäivänä tiedostaa persoonabrändäamisen vaikutus sekä mahdollisuudet kehittää omaa julkista kuvaansa. Haasteena erottumisessa ja persoonabrändäyksen onnistumisessa ovat muun muassa valtava infohäky ja siinä erottautuminen sekä yleinen lyhytjännitteisyys. Mahdollisuudet tehdä asioita internetissä itse ovat valtavan laajat ja näitä mahdollisuuksia kannattaa harkiten käyttää omaksi hyväkseen.

"Reaktioita tuottamaton aineisto suodatetaan taas pois."

4. PERSOONABRÄNDISTÄ

4.1. Persoonabrändistä taustaa

Persoonabrändäys on ilmiönä yleistynyt internetin myötä ja varsinkin kun siirryimme netin käytössä uuteen sosiaalisempaan vaiheeseen, Web 2.0:n vuosituhannen alussa. Tällä sosiaalisen median aikakaudella internetin käyttäjällä on aktiivisempi rooli kuin aiemmin. Käyttäjän on mahdollista luoda omaa sisältöä helpommin ja jakaa se laajemmin. Jokainen sosiaaliseen mediaan tai muualle internetiin ladattu viesti tai kuva ylläpitää sellaista kuvaa kuin henkilö itsestään haluaa muille välittää. Voidaan ajatella, että sosiaaliseen mediaan ladatut sisällöt luovat helposti pinnallisen ja kiillotetun kuvan.

Reilu kymmenen vuotta sitten Tom Peters kirjoitti artikkelin *The Brand Called You* Fast Company lehden elo-syyskuun 1997 numeroon. Tähän artikkeliin viitataan usein puhuttaessa laajamittaisemman persoonabrändäyksen alusta. Huomaan artikkelin ajankohdan osuvan sopivasti myös Facebookin liittymisen suureen aaltoon reilu kymmenen vuotta sitten. Artikkelin nettiversiossa Peters kirjoittaa: "Isot yritykset ymmärtävät brändien merkityksen. Tänä Yksilön Aikakautena sinun täytyy olla oma brändisi"⁴⁹ Gary Vaynerchuck taas kirjoittaa kirjaan *Crush It!* seuraavasti: "Kaikkien - KAIKKIEN - täytyy alkaa ajatella itseään brändinä. Se ei ole enää vaihtoehto, vaan välttämättömyys."⁵⁰ Verkkokauppa Amazonin perustajan Jeff Bezosin kerrotaan sanoneen: "tietyllä tapaa sinulla on jo persoonabrän-

di. Brändisi on se, mitä ihmiset sinusta puhuvat, kun et ole paikalla."⁵¹ Hän vielä jatkaa: "Useimmat ihmiset kuitenkin eivät ole aiemmin tietoisesti ylläpitäneet sitä".

Onko meidän jokaisen nyt sitten viimein ajateltava itseämme brändinä?

Ville Toivanen uskoo Helsingin Sanomien NYT-lehden artikkelissa, että aggressiivinen henkilöbrändäys on pian vaatimus työmarkkinoilla. Hän on määrätietoisesti rakentanut markkinointiajatusensa ympärille verkostoa, jonka ytimessä on hashtag *#digitalist*, jonka guru hän itse on. Hänen arvionsa mukaan yrittäminen lisääntyy tulevaisuudessa, siinä kuviossa voidaan joutua tilanteeseen, jossa osaavat brändääjät pärjäävät parhaiten.⁵²

HARTO PÖNKÄ KIRJOITTAA *SOSIAALISEN median käsikirjassa* verkkoidentiteetistä.

"Verkkoidentiteetiksi kutsutaan ihmisen digitaalista ilmentymää, jonka perusteella muut voivat tunnistaa hänet netissä. Toisaalta kyse on mielikuvasta, joka henkilöstä syntyy kaiken sen perusteella, mitä hänestä verkossa on nähtävissä."⁵³ Hänen mielestään verkkoidentiteetti alkaa muodostua silloin kun ensimmäisen kerran lataa nettiin jotain omalla nimellään tai nimimerkillään. Sekä Pönkä, että Frischmann molemmat kehottavat hallitsemaan ja rakentamaan tietoisesti omaa verkkoidentiteettiään. Kyse kun ei ole staattisesta tilasta. Molemmat myös muistuttavat netin luonteesta ja kehottavat harkitsemaan tekoja, koska kaikki mitä julkaisee jää talteen.

⁴⁹ Oma suomennokseni: <https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you> (luettu 3.1.2017)

⁵⁰ Oma suomennokseni: Vaynerchuck 2013, 9.

⁵¹ Oma suomennokseni: <https://www.theguardian.com/careers/build-personal-brand> (luettu 7.7.2017)

⁵² hs.fi/nyt/art200002879397.html (luettu 23.11.2017)

⁵³ Pönkä 2014, 47.

RYAN M. FRISCHMANN NOSTAA KIR-
jassaan *Online Personal Brand* esiin auran kä-
sitteen. Hän tarkoittaa auralla tässä yhtey-
dessä sellaista tietynlaista tunnelmaa, joka
muodostuu ja ympäröi henkilöä toisen näh-
tyä ja arvioitua hänestä tuotettua sisältöä in-
ternetissä vaikka henkilökohtaisella netti-
sivulla, LinkedIn-profiilissa tai sosiaalis-
sa mediassa. Hänen mielestään sivuilla vie-
railevalle henkilölle pitäisi alle minuutissa
muodostaa hyvä ensivaikutelma ja uteliai-
suus tietää lisää.⁵⁴

Artikkelissaan *The Brand Called You* Pe-
ters kehottaa miettimään suurten brändi-
en tapaan mikä on se lisäarvo, jolla tuottee-
ni tai palveluni erottaa muista. Hän keho-
taa myös tekemään perinteisen alle viiden-
toista sanan haasteen, jossa tämä asia selite-
tään napakasti. Hän kehottaa testaamaan tä-
tä tuotelupausta sekä potentiaalisella asiak-
kaalla, että asiakkaalla joka on tehnyt kans-
sasi yhteistyötä. Sen pitäisi sekä kiinnos-
taa tulevaa asiakasta että olla sinun kanssa-
si asioineen tahon mielestä totta. Ellei tämä
lupaus ole totta, se täytyy miettiä uudelleen.

Mielestäni tämän tuotelupauksen voisi
ajatella omana henkilökohtaisena sloganina.

Vaikuttaa siltä, että aineistoa lukemalla
henkilöbrändäämistä pitäisi koko ajan tehdä
aktiivisesti ja tiedostaa sen tärkeys. Toisaal-
ta tuoreehkossa *Henkilöbrändi: asiantuntijas-
ta vaikuttajaksi* -kirjassa, jonka yksi kirjoittaja
edellä mainittu digitalisti Ville Tolvanen on,
kehotetaan eräässä luvussa yllättäen unoh-
tamaan koko henkilöbrändäys. Tärkeintä
olisi olla vain oma aito itsensä eikä miettiä
tekemisiään henkilöbrändäämisen kautta.⁵⁵

**"Kun some suuttuu,
väkijoukko lynkkaa ihmisen
muutamassa tunnissa"**

4.2. Persoonabrändin vahingoittuminen

Persoonabrändi voi vahingoittua. Useimmat
varmasti miettivät, mitä itsestään interne-
tiin laittavat, mutta mielestäni myös välinpi-
tämättömyys omaa maailmalle tarjoiltua ku-
vaa kohtaan on tuntunut lisääntyvän. Moni
ei tunnu ajattelevan kirjoittaessaan nimel-
lään ja kuvallaan esimerkiksi rasistisia ja jo-
pa rikoksen merkit täyttäviä nettikomment-
teja avoimille foorumeille. Kommentit jää-
vät elämään ja leviämään ruutukaappauksi-
na ikuisesti. Vitseiksi tarkoitetut twiitit ovat
myös vahingoittaneet ihmisten julkisuuskä-
via potkuihin asti kuten kuten amerikkalai-
nen PR-ammattilainen Justine Sacco sai to-
distaa twiitatessaan joulukuussa 2013 rasis-
tisen viestin noustessaan Afrikan lennolle.
Twiitti levisi hänen tietämättään lennon ai-
kana, aiheutti kohun ja potkut ennen kuin
lento ehti laskeutua Afrikkaan.⁵⁶

Suomessa samanlaiseen julkisuuteen
ovat yltäneet esimerkiksi nyt jo edesmen-
nyt stylisti Teri Niitti tammikuussa 2016 kuvates-
saan imettävän äidin luvatta ja jouduttuaan
kohun keskelle. Helsingin Sanomat kirjoit-
ti aiheesta tuolloin: "Teri Niitti joutui ko-
hun silmään: Kun some suuttuu, väkijouk-
ko lynkkaa ihmisen muutamassa tunnissa"⁵⁷
sekä heinäkuussa 2017 tietokirjailija Pette-
ri Järvisen lennolta sosiaaliseen mediaan la-
taama tuntemattoman vieruskaverin ulko-
muotoa ikävästi kommentoinut kuva ja teks-
ti josta uutisoitiin muun muassa näin Il-
talehdessä: "Tietokirjailija Petteri Järvisen
Facebook-päivitys aiheutti somemyrskyn -
"Olipa rimanalitus".⁵⁸ Jopa ammatikseen so-
siaalisesta mediasta, tietoturvasta ja nettie-
tiketistä luennoiva henkilö voi epäonnistua
viestinnässään. Internet ei unohda: "Sorry @
JustineSacco," kirjoitti eräs Twitterin käyttä-
jä, "your tweet lives on forever."⁵⁹

⁵⁴ Oma suomennokseni:
Frischmann, Ryan M.,
Online Personal Brand,
s. 27-30.

⁵⁵ Kurvinen & Laine & T
olvanen 2017, s. 20.

⁵⁶ <https://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-s-tupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html>
(luettu 29.7.2017)

⁵⁷ [http://www.hs.fi/kuukau-
siliite/art-2000002884432.
html](http://www.hs.fi/kuukausiliite/art-2000002884432.html) (luettu 29.7.2017)

⁵⁸ [http://www.iltalehti.fi/
kotimaa/2017070622
00250170_u0.shtml](http://www.iltalehti.fi/kotimaa/201707062200250170_u0.shtml)
(luettu 29.7.2017)

⁵⁹ <https://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-s-tupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html>
(luettu 29.7.2017)

4.3. Narsismin lisääntyminen

Narsismin väitetään lisääntyneen sosiaalisen median myötä. Toimittaja Aleks Eror kirjoittaa artikkelissaan näin: "yksilöt taistelevat keskenään seuraajista, tykkäyksistä, uudelleentwiittauksista, suosikiksi pääsemisestä tai muista hyväksyntää osoittavista muodoista yhteisen tavoitteen sijasta".⁶⁰ Hänen mielestään kaikessa viestinnässä ei toki ole taustalla tätä agendaa, mutta suuret massat antavat itsestään idealisoidun kuvan – ikään kuin avatarin⁶¹ henkilöstä joka haluaa olla sen sijasta kuka oikeasti on. Miksi tämä hyväksyntä ja jakamisesta saatu huomio on heille tärkeää? Eror selittää: "he ovat oppineet, että jakaminen antaa kelpuutusta, mikä tuntuu hyvältä, joten he jatkavat sitä". "Jokainen tykkäys ja uudelleentwiittaus antaa aivoille pienen tujauksen dopamiinia, jota voi hyvin verrata pieneen määrään kokaiinia".⁶²

Olemme koukussa näihin tunteisiin ja pystyn allekirjoittamaan sen itsekin. Itse olen pitäytynyt tykkäyksissä, seuraamisissa ja seuraajamäärien kasvattamisessa orgaaniseen kasvuun. Orgaanisella kasvulla tarkoitan sellaista luonnostaan tapahtuvaa kasvua, johon en pyri itse vaikuttamaan keino-
tekoisesti. Toisaalta algoritmien muutoksien myötä tuntuu, että orgaaninen kasvu on nykyään hankalampaa.

Seuraan sellaisia tahoja, joista oikeasti pidän. Toivon myös, että valtaosa seuraajistani pitää jollain tapaa tekemisiäni aidosti kiinnostavana. Esimerkiksi Instagramin kautta välillä tulee aika kummallisiakin seuraajia heidän toiveenaan varmasti vain saada vastavuoroisesti omalle tililleen seuraajia.

Pidän siitä, että minulle tarjoiltu syöte (*feed*) sisältää oikeasti itseäni kiinnostavaa tuoretta sisältöä eikä epäkiinnostavaa roskaa.

4.4. Kuvataideopettajan brändi

Ihmiset toimivat erilaisissa rooleissa internetissä. Monet saattavat eriyttää oman siviiliminänsä työminästään. Olen törmännyt useampiin opettajien työprofiileihin heidän henkilökohtaisten profiiliensa ohella. Opettajan roolissa on hyvin tärkeää minkälais-
ta kuvaa itsestään antaa oppilailleen, heidän vanhemmilleen tai kollegoilleen. Työasiat ja henkilökohtaiset asiat pidetään useimmiten erillään.

Ajatellen omaa käytöstäni internetissä koen, että luomassani kuvassa sekoittuu siviiliminä, taideopettajaminä sekä taiteilijaminä, enkä koe sen nykyisessä työssäni haittaavan yhtään. Monet luovissa töissä työskentelevät opiskelukaverini käyttäytyvät aika lailla samoin.

Tulevana kuvataidekasvatuksen maisterina ja jo työelämään siirtyneenä tuoreena kuvataideopettajana on hyödyllistä luoda kat-
saus myös opettajan brändiin ja ajatella sitä minkälaisena työelämässä näyttäytyy.

Brändiasiantuntija, viestintäkouluttaja Katleena Kortesuon mukaan "Opettajan henkilöbrändi on oman persoonan vahvuuksiin perustuva tapa viestiä ja toimia."⁶³ Hän jatkaa, että "tietoinen itsensä brändääminen helpottaa omien hyvien puolien hyödyntämistä ja sujuvaa toimintaa sekä opilaiden että yhteistyökumppanien kanssa. Henkilöbrändi on työkalu toiminnan ja opettamisen tukena.", hän valaisee Opettaja-lehden artikkelissa *Nyt brändäämään*.

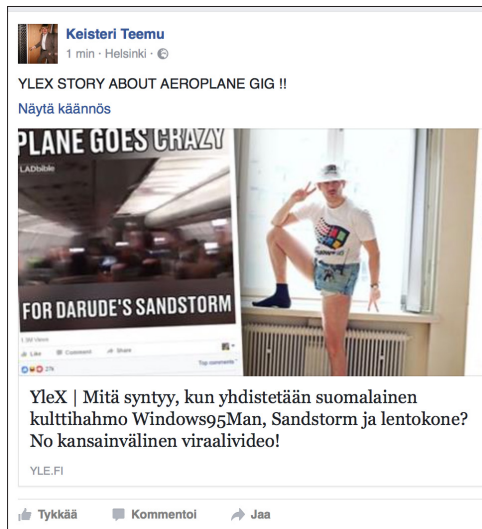
Opiskeluaikanani sekä saamieni opetuskokemusten kautta olen alkanut näkemään omia vahvuuksiani omanlaisena opettajana. Kortesuon mukaan on tärkeää olla itsensä kanssa sujut ja tuntea omat parhaat puolensa. Hänen mielestään jonkinlainen brändi opettajalla on aina. Jollei omaa brändiään tee itse, käy niin, että muut tekevät sen.

⁶⁰ Oma suomennokseni: <http://www.highsnobiety.com/2017/03/14/social-media-narcissism/> (luettu 29.7.2017)

⁶¹ Avatar on esimerkiksi tietokonepelimaailmassa valittu hahmo, jolla pelissä tahtoo esiintyä.

⁶² Oma suomennokseni: <http://www.highsnobiety.com/2017/03/14/social-media-narcissism/> (luettu 29.7.2017)

⁶³ <http://www.opettaja.fi/cs/opettaja/jutut?juttuID=1408910683461> (luettu 6.1.2018)



6. Teemu Keisterin hahmon *Windows95Manin* dj-keikka lentokoneessa ja siitä kuvattu lyhyt video levisivät viraalisti internetissä. Videota katsottiin muutaman päivän aikana kansainvälisesti miljoonia kertoja.

7. Keisterin promokuva on levinnyt *Awkward Posing Djs* Facebook-ryhmään. Hänen kuvas-
taan on tullut meemi.

4.5. Taiteilijan brändi

Helsingin Sanomien artikkeli *Teokset eivät enää riitä – kuvataiteilijan on pakko brändätä itsensä*⁶⁴ esittelee kolme nuoren polven tekijää: Teemu Keisterin, Tiitus Petäjäniemen ja Landys Roimolan. Kaikki kolme tekevät harkittua itsebrändäämistä luodakseen itselleen työmahdollisuuksia. Keisteri ja Petäjäniemi luottavat molemmat huumoriin ja Roimola taas tekee paljon yritysysteistyötä. Teemu Keisteri on ollut kolmikosta viime aikoina mielestäni selkeästi eniten näkyvillä. Hänen videotaiteensa, Ukkeli-hahmonsä, yhtyeensä, performanssinsa, galleriansa sekä dj-keikat *Windows95Manina* ovat näkyneet ainakin omassa sosiaalisen median kuplasani paljon. Keisterin sloganit *NO RULES* ja *WHY NOT* antaa hänelle mahdollisuudet tehdä ja kokeilla mitä vaan.⁶⁵

Landys Roimola taas saa yrityksiltä materiaaleja taiteen tekemiseen ja vastavuoroisesti yritys voi käyttää Roimolaa esitteissään ja mainoksissaan. Molemmat hyötävät yhteistyöstä ja Roimolan nimi on esillä mah-

dollisia uusia toimeksiantoja silmällä pitäen.

Kauppalehden artikkeli *Taiteilija löysi itsestään markkinointiasaston* esittelee kuvataiteilija Rauli Mårdin. Hän on sinut kaupallisuuden kanssa ja siekailematta tekee itsensä ja taiteestaan brändiä. Panostus sosiaaliseen mediaan on keskeistä – hänen Twitter-tilillään on lähes puoli miljoona seuraajaa.⁶⁷ Tarkempi seuraajien tutkiskelu tosin osoittaa mielestäni, että osa seuraajista ei ole erityisen relevantteja.

Helsingin Sanomien artikkeli *Muusikko väsyi jatkuvaan itsensä markkinointiin – monen luovan työn tekijän arki on esilläoloa ja kilpailua* esittelee persoonabrändäyksen toisen puolen. Jatkuva esilläolo voi mennä liiallisuuksiin ja näin kävi muun muassa muusikko ja musiikinopiskelija Satu-Maija Aallolle. Hän kärsi pitkään stressistä ja koki paineita siitä, että taiteilijanuraa edistääkseen hänestä tuntui, että piti jatkuvasi olla esillä ja markkinoida itseään työtilaisuuksia saadakseen. Työtilaisuuksia on hänellä lopulta ollut ilman jatkuvaa mainostamistakin.⁶⁸

⁶⁴ <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002751182.html> (luettu 30.3.2018)

⁶⁵ Keisteri 2016.

⁶⁶ https://yle.fi/uutiset/mita_syntyy_kun_yhdistetaan_suomalainen_kultti_hahmo_windows95man_sandstorm_ja_lentokone_no_kansainvalinen_viraalivideo/3-9300710 (luettu 30.3.2018)

⁶⁷ Öhrnberg 2017, 13B.

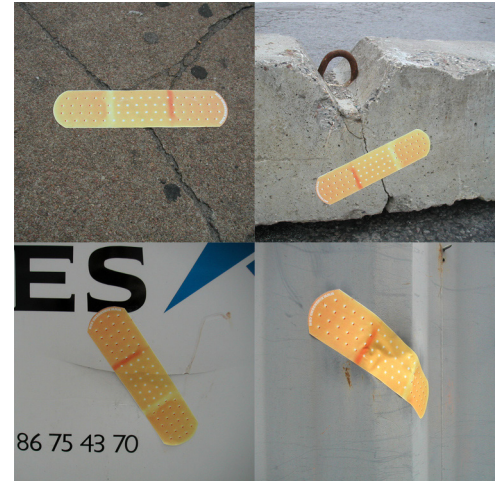
⁶⁸ <https://www.hs.fi/elama/art-2000005179949.html> (luettu 30.3.2018)

⁶⁹ Lisää <http://www.kaleva.fi/teemat/ruoka/keittokirja-ilman-resepteja/252607/>

5. PIZZALAATIKOITA JA OLIOITA

5.1. Nettijulkaisemisen harjoittelua

Piirtäessäni kuvaa omasta nykyisestä tilanteestani on minun valotettava omaa menneisyyttäni toimijana internetissä. Yhdeksänkymmentäluvun lopulla opiskellessani medianomiksi Turun taideakatemiassa mainonnan suunnittelun linjalla tutustuin Kasper Strömmaniin, jonka kanssa aloitimme tekemään projekteja: näyttelyitä, dj-keikkoja ja julkaisuja. Mukaan liittyi välillä ystävämme Jussi Salakka. Liitimme tekemisiimme *King Nosmo* -nimen (sanaleikki *No Smoking*-kyltistä) ja onnistuimme muodostamaan ainakin pienimuotoisen brändin nimestä. Koskimme projektejamme www.kingnosmo.com-nettisivuille. Kirjajulkaisujamme kustansi tuolloin helsinkiläinen Napa Books, jonka lonkerot ulottuivat maailmalle ja kirjojen tuhannen kappaleen painokset pääsivät myyntiin Suomea laajemmalle. *Around the World with King Nosmo* (2005) ja *The King Nosmo Cookbook* (2009) sisälsivät tahoillamme keräämiämme kuvasarjoja esimerkiksi kaivonkansista, pyöränraadoista, maasta löydetyistä valokuvista ja pizzalaatikoista. Meitä ei matkoillamme kiinnostaneet nähtävyydet vaan kaupunkien yksityiskohdat ja toisaalta yhtäläisyydet sekä erot. Kirjat saivat jonkin verran huomiota lehdistössä ja internetissä.⁶⁹ Tuolloin minua alkoi myös kiinnostaa katutaiteen hengessä kaupungilla tehdyt interventiot. Myöhemmän toiminnan juuret minulla juontuvatkin noista ajoista. Yhä tänä päivänä jotkut yhdistävät meidät kingnosmoiksi.



5.2. Tekemisen painopiste Facebookiin

Vuonna 2008 sain työpuhelimeksi Nokian, jossa oli aikaankin verraten heikkotasoinen 1,3-megapikselin kamera. Kamera oli minulla ensimmäinen laatuaan ja erottautui aiemmista digitaalisista kameroistani sillä, että se oli aina mukana. Lapseni oli tuolloin pieni, joten tuli paljon työnnettyä vauvoja ympäriinsä. Kulkiessani kaupunkiympäristössä aloin kuvaamaan havaintojani ja tekstittämään niitä lyhyin kuvatekstein. Tyylini pidin lyhyenä, humoristisena ja toteavana. Facebookissa julkaisemissani kuvissa oli myös merkittynä kuvausaikea ja paikka. Kuvista muodostui eräänlainen kuvapäiväkirja ja myöskin sijaintitietojensa myötä ajattelin kuvien sisältävän dataa arkisista kulkui-

8. Jättilaastareita sarjastani *Healing Copenhagen* vuodelta 2003. Korjasin tekemilläni laastareilla vaurioita ympäri Kööpenhaminaa. Laastareissa luki myös silloisten sivujen osoite www.kingnosmo.com. Laajempi kuvasarja päättyi myös kirjaan *Around The World with King Nosmo*.

reiteistäni kaupungissa. *Kärryänkylän Kännykänäpsyt*-kuvasarja koostui 55 kuvasta ja kuvatekstistä. Julkaisin sarjaa Facebookissa 20.8.2008–22.6.2010. Nykyään ajatellen kuvasarja oli hyvin raakilemainen, mutta sain siitä silloin mukavaa palautetta. Jotkut toivoivat sen kokoamista kirjaksi, mutta itse jo tuolloin ajattelin julkaisun internetissä riittävän.

Facebookia olen käyttänyt hieman vastaavaan tapaan yksittäisten kuvien kanssa tuosta lähtien. Eräs varhain Instagramia käyttänyt tuttu kommentoi jokunen vuosi sitten minun käyttävän ”Facebookia Instagramin tapaan”.

5.3. Kuvablogi Tumblrissa

Loppuvuodesta 2011 oli uusien kuvasarjojen aika. Olin törmännyt useammassa yhteydessä sivustoihin, joille oli koottu pareidolisia näkyjä. Sana *pareidolia* juontaa kreikan kielen sanoista *para* joka tarkoittaa väärää ja eidolon, joka tarkoittaa kuvaa tai muotoa.⁷⁰ Havaintoja näkee kuvassa väärän muodon, kyseessä on siis eräänlainen illuusio eli havaintoharha. Kasvopareidolia on tämän havaintopsykologiaan liittyvän ilmiön tunnetuin muoto. Monet harrastavat varsinkin tätä kasvojen havaitsemista ja niiden dokumentoimista kuvin. Aihepiiriin liittyy erilaisia internetsivustoja ja asiaan keskittyneitä Facebook-ryhmiä muun muassa Blogspotin *Faces in Places*, jonka kuva-arkisto ulottuu vuoteen 2007, sosiaalisen verkkosivusto Redditin *Pareidolia*-alaosio ja esimerkiksi suomalainen Facebook-ryhmä *Näetkö naamoja?*.

Myöhemmin törmäsin hieman toisella tapaa toteutettuun pareidoliaa sivuvaan populaarikulttuurin ilmiöön, jossa askartelussa käytettyjä tarrasilmiä (Googly Eyes) käytettiin sopiviin kohteisiin liimattuna muodostaen näin elottomiin kohteisiin sarjaku-

vamaisia kasvoja. Itse toteutin tähän liittyvän pienen kuvasarjan nähtyäni saksalaisen graafikon Timm Schneiderin sovelluksen ideasta, jossa hän käytti isoja solumuovisilmä, jotka hän oli tehnyt askarteluun tar koitetun pallon puolikkaista. Halusin tehdä oman versioni aiheesta ja elollistin näin ympäristössä havaitsemiani kohteita.

Aloitin oman projektini joulukuussa 2011 ja perustin sitä varten *Oliot*-kuvablogin osoitteeseen www.oliot.tumblr.com. Lisäilin tekemiäni solumuovisilmä kohteisiin, otin kohteista valokuvan ja jatkoin uuden kohteen etsimistä. Aihe oli mielestäni koluttu loppuun parissa kuukaudessa, tunsin vain kopioivani toisen keksimää ideaa ja mielenkiintoni lopahti. Tämän jälkeen tunsin kuitenkin herkistyneeni kasvojen havaitsemiselle uudella tavalla enkä halunnutkaan lopettaa kokonaan. Tuon jakson aikana huomasin Helsingin Haagan kaupunginosassa syksyn lehdetttömyyden paljastamassa kalli-oleikkauksessa kivikasvon jota olenkin pitänyt yhtenä hienoimpana löydöksenä tähän mennessä. Tämä toimi jonkinlaisena sytykkeenä uudelle innolle kerätä kasvoja. Jatkoin kuvapäiväkirjan pitämistä matkapuhelimeni kameralla ja Tumblr-applikaatiolla jolla löydökset sain ladattua tuoreeltaan internetiin.

Kuvakokoelma karttui heinäkuuhun 2015 asti, jonka jälkeen sivu unohtui. Tein pareidoliasta taidekasvatuksen seminaarityön nimeltään *Pareidolia – näetkö sitä mitä haluat nähdä?* syksyllä 2014.⁷¹

"Aihe oli mielestäni koluttu loppuun parissa kuukaudessa, tunsin vain kopioivani toisen keksimää ideaa ja mielenkiintoni lopahti."

9. Kärryänkylän Kännykänäpsyt-kuvasarja ilmestyi vajaan parin

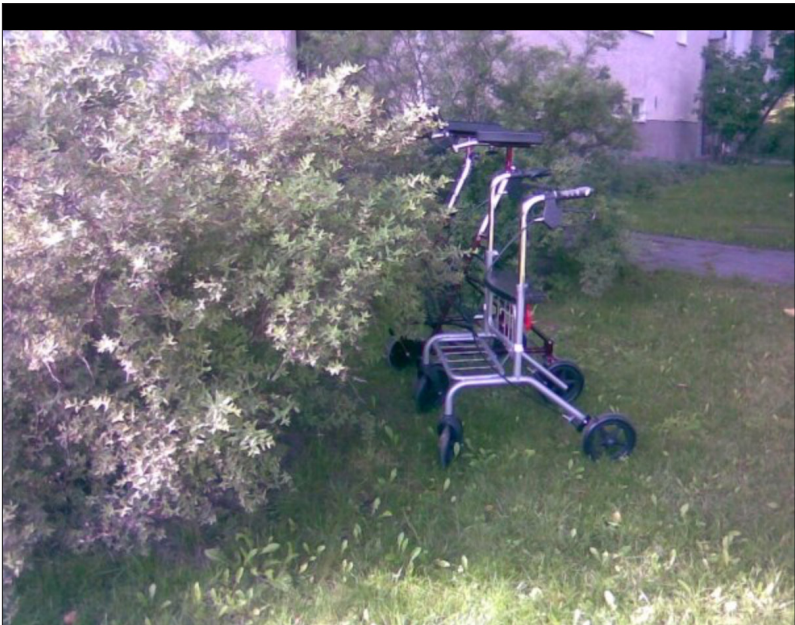
vuoden ajan Facebook-sivuillani.

10. Oliot-kuvablogini Tumblrissa aloitti pareidolisten näkyjen harrastamisen. Aivan alussa lisäilin tekemiäni solumuovisilmä kohteisiin. Kuvassa silmät katajassa hiihtoladun vieressä 1.6.2011.

11. Kivikasvot kalli-oleikkauksessa Haagassa jouluaattona 2011.

⁷⁰ Oma suomennokseni: www.livescience.com/25448-pareidolia.html (Luettu 26.4.2018)

⁷¹ Seminaarityön nimestä: työssäni tein havainnon, että usein havaitsin jonkin aikaa samantyyppisiä asioita sarjassa, jotka olivat ikään kuin mielenpäällä. Allekirjoitan havaintoni yhä.




Tomas De Rita

23. elokuuta 2008 ·  

Kaks mummo meni mustikkaan
[Käpylä, Koskelantie 15, 23.08.08]

 Merkitse kuva

 Lisää sijainti

 Muokkaa

 Tykkää

 Kommentoi

 Jaa



Teresa De Rita-Cavlek, Sampo Hänninen ja 3 muuta



Hanna Leivonniemi hihii.. eikä ne mahtunu 😊

23. elokuuta 2008 kello 20:24 · Tykkää



Sampo Hänninen hahaha, hieno havainto, kyseessä ei siis ole vaan legenda!

22. toukokuuta 2009 kello 16:36 · Tykkää



Kirjoita kommentti...



HOME MOBILE RSS

Search

OLIOT



🕒 January 06, 2012



6. CASE: WWW.TOMASDERITA.COM

6.1. Omasta digitaalisesta jalanjäljestäni

Se mitä henkilöstä internetistä löytyy, kuten tekstiä, kuvia ja videoita muodostuu tietysti ajan kuluessa kertyen. Puhutaan digitaalisesta jalanjäljestä. Google-haku omalla nimellä tuottaa vaihtelevan määrän osumia hakutuloksiksi. Nykyään lienee melkein poikkeuksellista ellei Googlella löydä henkilöä yhtään mitään tietoa.

Kirjassa *The Road to Recognition* annetaan vinkkejä digitaalisen ajan brändinluontiin. Siinä muun muassa kehoitetaan hakemaan juuri googlaamalla itseään ja kehittämään hakutulosten mukaan näkyvyyttä Googlessa. Kirja kehottaa ajattelemaan Googlea käyntikorttinasi, johon koko maailmalla on päässy.⁷²

Googlessa näkyminen ei ole täysin hallinnassamme, mutta voimme myös vaikuttaa siihen kuinka näymme hakutuloksissa. Arveluttavan itsestä löytyvän tiedon voi mahdollisesti saada Googlesta poistettua pyytämällä, kaikki muu netissä on ja pysyy. Kirjassa *Digitaalinen Jalanjälki* takakansiteksti alkaa provosoivasti: ”Et ole olemassa, jollet näy Googlessa!”⁷³ Kirjassa annetaan ohjeita verkkonäkyvyyden kasvattamiseen liiketoiminnan tavoitteita tukemaan, mutta myös viitataan henkilöbrändäämiseen. Taiteen tohtorikoulutettava, taideopettaja sekä designer Heikka Valja kertoi meille *Opettajan portfolio*-kurssilla kertoi miten on hyvä, että sinusta löytyy Google-haulla jotain järkevää ja harkittua. Hänen mielestään siihen myös

voi vaikuttaa, mitä hakutulosten yläpäästä löytyy. Tätä muun muassa lähdin itse kokeilemaan tämän tutkielman aikana autoetnografisesti. Tein hakuja sekä ennen brändäyskokeiluani että tehtyäni brändäystä jonkin aikaa.

Ilmeisesti haut näkyvät eri tavoin eri ihmisille. Mike McEvoy kirjoittaa artikkelissaan siitä miten Googlen hakualgoritmit ovat mysteeri ja ainaisessa muutoksessa. Muuttuviin hakutuloksiin vaikuttavat hänen mukaansa muun muassa käytetty päätelaitte (pöytäkone, kannettava tietokone, puhelin, tabletti), aikaisempi hakuhistoriasi, geografinen sijainti, selaintyyppi, haun tyyppi, Googlen generoimat mainokset hakusivulla ja myös se oletko kirjautuneena Google-tiliisi.⁷⁴ Tästä päätellen hakutuloksiin vaikuttaa monikin asia ja lopputulos jää hieman mysteeriksi. Halutessaan hakuja voi kokeilla näillä eri tavoilla. Googlatessaan itseään kannattaisikin mahdollisesti käyttää hakuhistorialtaan puhdasta selainta (selainta, jota yleensä ei käytä) yksityisessä tilassa.

6.2. Haku nimelläni

Ennen perustamaani internetsivua *www.tomasderita.com* omalla kohdallani Google-haku tuotti linkkejä muun muassa muutamiiin menneisiin näyttelyihin joissa olin ollut mukana, vuosia sitten yhdessä Kasper Strömmanin kanssa tekemiini *King Nosmo* -taiteilijatyöryhmänä tekemiimme kirjoihin ja niiden myyntipisteisiin Suomessa ja maa-

⁷² Price & Feldman 2017, 68.

⁷³ Isokangas & Vassinen 2010.

⁷⁴ <http://www.webpresencesolutions.net/7-reasons-google-search-results-vary-dramatically/> (luettu 24.7.2017)

ilmalla, kuvakirjaamme esitelleelle sivustolle *www.kingnosmo.com*, *Oliot*-kuvablogiini Tumblrissa, Facebook-profiiliini, käyttämättömäksi jääneeseen Google+ -profiiliini muutamia mainitakseni. Myöhemmiltä hakutulossivuilta muun sisällön seasta oli vielä löydettävissä jotain minuun liittyviä linkkejä. Hakutulosten sekaan sekoittuu läheisiä nimikaimoja maailmalta (kuten Rita, Tomás, Rita Tomás jne.). Ylimpänä hakutuloksena oli linkki Facebook-profiiliini. Hakutulokset olivat kaikkiaan aika hajanaisia. Googlen kuvahaku tuotti myös sekalaisen kokoelman omia kuviani sekoittuneena muuhun sekalaiseen minuun liittymättömään kuvasisältöön. Eniten kuvia Google löysi *Oliot*-kuvablogistani sekä Facebookin julkisia profiilikuvia ja kuvia Kingnosmo-kirjoista.

Google on länsimaissa hakukoneista suurin, seuraavina järjestyksessä on Microsoftin kilpaileva hakukone Bing sekä kolmantena Yahoo!.⁷⁵ Saman haun tekemällä näillä kolmella muulla hakukoneella kärkitulokset olivat samansuuntaisia. Oma sivustoni oli ensimmäisenä, muuten kärki saattoi olla hieman eri järjestyksessä. Kokeilin myös Kiinan suurinta hakukonetta Baidua. Haku antoi kärkeen nimelläni yllättävästi ensimmäisenä linkin Pinterest-profiiliini sekä juoksuovellus Runkeeperiin.⁷⁶ Omaa sivustoani ei tältä listaukselta näyttänyt löytyvän. Isköhän kiinalainen sensuuri?

Hakutuloksista saatoin huomata, että varsinaisia nimikaimoja minulla ei ollut ja näin ollen sekaantumisen vaaraa ei näyttänyt olevan ja hakutulosten kärkipää oli hallinnassani. *The Road to Recognition* -kirjassa kehoitetaan harkitsemaan oman nimen brändäämistä uudelleen jos sekaantumiseen vaaraa muihin samannimisiin on olemassa ja varsinkin jos oma tunnettuus on muutenkin tuoretta. Ehdotuksiksi kirja listaa muun muassa nimikirjaimien lisäämisen etunimen ja sukunimen väliin (esimerkik-

si Tomas K De Rita) tai keskimmäisen nimen käyttöönoton (esimerkiksi Tomas Kristian De Rita). Yhtenä mahdollisuutena on lisätä jonkinlainen määräite nimeen (esimerkiksi Kuvataideope Tomas De Rita) tai yrittäjänä voisi harkita nimen yhdistämistä sanaan tai kahteen (esimerkiksi De Rita Creative).⁷⁷

Itselleni uutena asiana kirja ehdottaa *Googlen Ilmoitusten*⁷⁸ käyttöönottoa. Työkä-lulla voi asettaa Googlen ilmoittamaan kun si- nuun viittaavaa sisältöä ilmestyy internetiin.

6.3. Hakutulokset muuttuvat

SEO⁷⁹ on toimintaa, jolla sivustoista tehdään hakukoneystävällisiä. Hakukoneoptimoinnilla sivusto pyritään tehdä löydettäväksi. Hakutuloksien järjestykseen voi yrittää vaikuttaa tietyin keinoin. Pidettyäni jonkin aikaa omaa tomasderita.com -sivuaani Googlen haku antoi täysin muuttuneen kuvan. Oma blogini nimelläni "tomas de rita" hakiessa nousi hakutuloksissa ensimmäiseksi (kts. kuva 12). Tämä oli tietysti tapaukses-sani toivottavaa. Sivuston perustamisen jälkeen aloin tuottaa sivuille sisältöä säännöllisesti ja uskoin Googlen automaattisten hakuhämähäkkien huomanneen tämän sekä sivuun viittaavat useat ristikkäiset tahot, joita systemaattisesti rakentelin toiminnalla-ni (omasta verkostosta kohdassa 7.3.). Muun muassa näillä keinoilla Google arvosti sivuston hakutuloksissa ensimmäiseksi. Osansa oli myös sivustoni taustalla oleval-la Squarespacella, joka usein eri tavoin tekee asiakkaidensa sivuista hakukoneystävällisiä. Squarespace avustaa käyttäjiään automaattisesti ja käyttäjää ohjeistaen muun muassa tekemällä sivuston koodirakenteesta selkeää, käyttämällä tarvittavia tageja ja automatisoimalla tiettyjä toimintoja hakukoneita varten.

Mobiilipuhelimilla ja tableteilla tapah-

⁷⁵ <https://www.statista.com/statistics/216573/worldwide-market-share-of-search-engines/> luettu 2.4.2018)

⁷⁶ <https://fi.pinterest.com/tomasderita/>, <https://runkeeper.com/user/trita/profile>

⁷⁷ Price & Feldman 2017, 72.

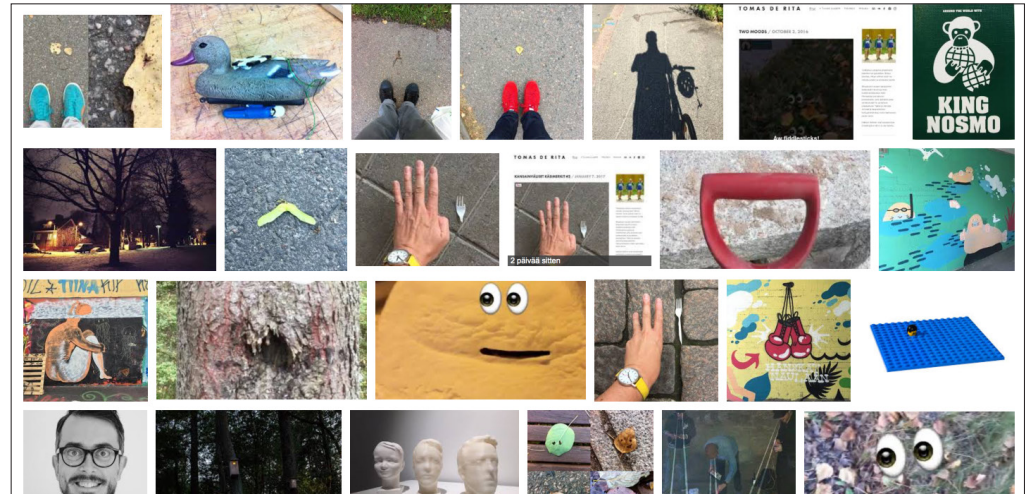
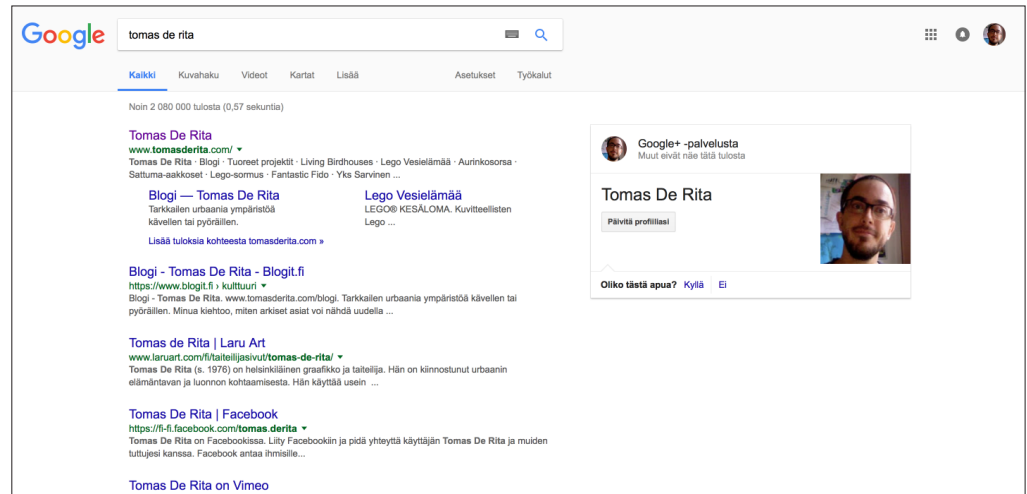
⁷⁸ <https://www.google.fi/alerts>

⁷⁹ Search Engine Optimization eli hakukoneoptimointi.

⁸⁰ <https://support.squarespace.com/hc/en-us/articles/206744067-SEO-and-Squarespace-overview> (luettu 19.02.2017)

12. Googlen hakutulokset muuttuvat sivuston perustamisen myötä. Kärjessä on luomani sivusto.

13. Googlen kuvahaku muodostaa tapetinomaisia kuvaruudukkoita julkaisemisen aktivoitua.



tuvan verkkoselailun lisääntyttyä Google myös arvostaa mobiilioptimoidut sivustot korkeammalle tuloksissaan kuin optimoimattomat. Tätä optimointia kutsutaan responsiivisuudeksi: sivut skaalautuvat automaattisesti eri katselulaitteisiin. Oma blogini toimii mielestäni puhelimella katseltuna erityisen hyvin juuri tämän responsiivisuuden vuoksi. Googlen kuvahauulla kokeilessani hakutulosten kärkipäästä löytyi yht-

äkkiä kymmenittäin itseeni liittyvää materiaalia, joka muodosti tapetinomaisesti useita kuvaruudukkoita lähiaikojen tekemisistäni (kts. kuva 13). Tämä visualisoi hyvin nykyajan luonteen, jossa kuvallinen materiaali lisääntyy internetissä huimaa vauhtia. Kaikki luotu sisältö myös pitkälti jää sinne. Jo poistettukin internetin sisällöt voi myös usein löytää esimerkiksi käyttäen Internet Archiven Wayback Machinea.

6.4. Oma sivu julkaisemisen keskiössä

Persoonabrändin rakentamisessa pidän omaa internetsivua kaikkein tärkeimpänä työkaluna. Oma sivu voi toimia internetissä pysyvänä keskuksena, oman sisällön alustana ja kotiosoitteena, jonne muualta voi viitata ja josta voi viitata muualle. Sosiaalisen median avulla on mahdollista tavoittaa ihmisiä erilaisin julkaisuin, mutta näkisin, että vain omaa sivuani voin hallinnoida täysin haluamallani tavalla. Sosiaalisessa mediassa toimimista säätelee aina kyseisen palvelun omat säännöt. Säännöt voivat myös olla alituisessa muutoksessa joihin kuluttaja ei pysty vaikuttamaan. Palvelut voivat myös periaatteessa lakata olemasta, vaikka suurimmissa palveluissa tämä ei lienekään mahdollista. Pitäisin myös arveluttavana monen sosiaalisen median palvelun käyttäjäehtoja, joilla sisältöä palveluun lataava antaa palvelulle oikeudet esimerkiksi käyttäjän lataamaan sisältöön esimerkiksi kuviin. Jos kokee oman sisältönsä teoksiksi, lieene viisainta olla lataamatta näitä näihin palveluihin. Oikeudet omiin teoksiin säilyy vain paikassa jota hallinnoit itse.

RYAN M. FRISCHMANN KIRJOITTA teoksessa *Online Personal Branding* identiteetin omistajuudesta. Hän listaa neljä elementtiä, joita hän pitää tärkeänä ammatillisen identiteetin rakentamisessa. Hänen mielestään näihin neljään seikkaan pitäisi henkilöllä olla omistajuus:

1. verkkotunnus eli oma osoite internetissä
2. hakutulossivun näkyvä
3. immateriaalioikeudet sivujen sisältöön
4. oman internetsivun design ja asettelu⁸²

Verkkotunnusta hän pitää merkittävänä sen ollessa henkilölle identifioitava määre samallaan tapaan kuten puhelinnumero tai osoi-

te. Osoitteesta tulee pysyvä (niin kauan kuin siitä maksaa). Hän kehottaa pitämään verkkotunnuksen samana koko uran ajan.

6.5. Alkusysäys omalle sivulle

Alkusysäys perustaa nettisivu omalla nimelläni oli puhtaasti käytännöllinen. Olin hakenut ja tullut valituksi teoksellani mukaan *LARU 15 Human Era - Nordic Environmental Art Exhibition* -ympäristötaideprojektiin Helsingin Lauttasaaren Särkiniemeen. Näyttelyn järjestämistä ja katalogia varten piti toimittaa tiedot itsestä taiteilijana, työn tiedot sekä linkki omille sivuille tai aikaisempiin töihin. Tästä innoittuneena halusin nopealla aikataululla tehdä itselleni kevyet internetsivut. En ollut aiemmin kokenut omia sivuja tarvitsevani ja nyt halusin ne tehdä. Näin omalla sivustollani ainakin kolme eri funktiota:

1. itsebrändäys
2. omien kehittelyjen alusta
3. identiteettityön väline

Luomalla omat sivut saatoin luoda oman ilmeen ja näin myös erottua muista.

Olen menneisyydessäni rakennellut joihtakin internetsivuja ja niiden tekeminen on ollut aina jossain määrin vaivalloista. Menneisyydessä käytin sivujen koostamiseen Adobe Dreamweaveria. Dreamweaverilla sivujen rakentelu oli käsin koodaamista helppompaa, mutta lopputuloksena syntyvä koodi oli usein aika sotkuista ja varmuutta ei ollut millä tavoin sivut näkyivät eri selaimilla. Entisaikojen HTML-koodin kirjoittaminen käsin tai HTML-editorien käyttö on jäänyt taka-alalle erilaisten valmiiden tai puolivalmiiden alustojen vallatessa markkinoita.

Tällaisten valmiita ratkaisuja tarjoavien palvelujen skaala on laaja ja niitä löytyy sekä ilmaisia kuten WordPress, Weebly ja Wix.

⁸² Oma suomennokseni: Frischmann 2014, 46.

⁸³ <https://wordpress.org/about/> (luettu 26.11.2017)

WordPress perustuu näistä avoimeen lähdekoodiin ja on maailman suosituin web-julkaisualusta.⁸³ WordPress vaatii päivittäjältään enemmän harjaantuneisuutta kuin moni muu alusta, mutta toisaalta se on monipuolinen ja joustava.

Maksullisia palveluita löytyy useita kuten Squarespace ja kotimainen Kotisivukone. Erillisten ohjelmien sijasta sivujen kokoaminen tapahtuu verkkoselaimessa ja usein alkuun valitaan itseä miellyttävä sivupohjavaihtoehto, jonka päälle sisältöä aletaan kasaamaan. Maksamalla yleensä saa palveluunsa lisäominaisuuksia kuten lisää sivupohjavaihtoehtoja sekä oman verkko-osoitteen. Ilmaisuuteen saattaa liittyä ärsyttäviä ominaisuuksia kuten palvelua mainostavia logoja tai ulkopuolista mainontaa. Mielestäni tällaiset eivät anna kovin vakuuttavaa kuvaa kyseisestä sivusta. Maksullisissa palveluissa näistä useimmiten pääseekin eroon.

Ilmaisessa perusversiossa sivun osoite voi olla esimerkiksi muotoa: *nimi.wix.com* tai *nimi.weebly.com*, maksaessasi lisää saat osoitteen siistiksi ja lyhyeksi vaikkapa muotoon *nimi.com*. Verkkotunnuksia voi nykyään valita melko vapaasti. Tärkeää on tietysti, että osoite ei ole kenelläkään käytössä.

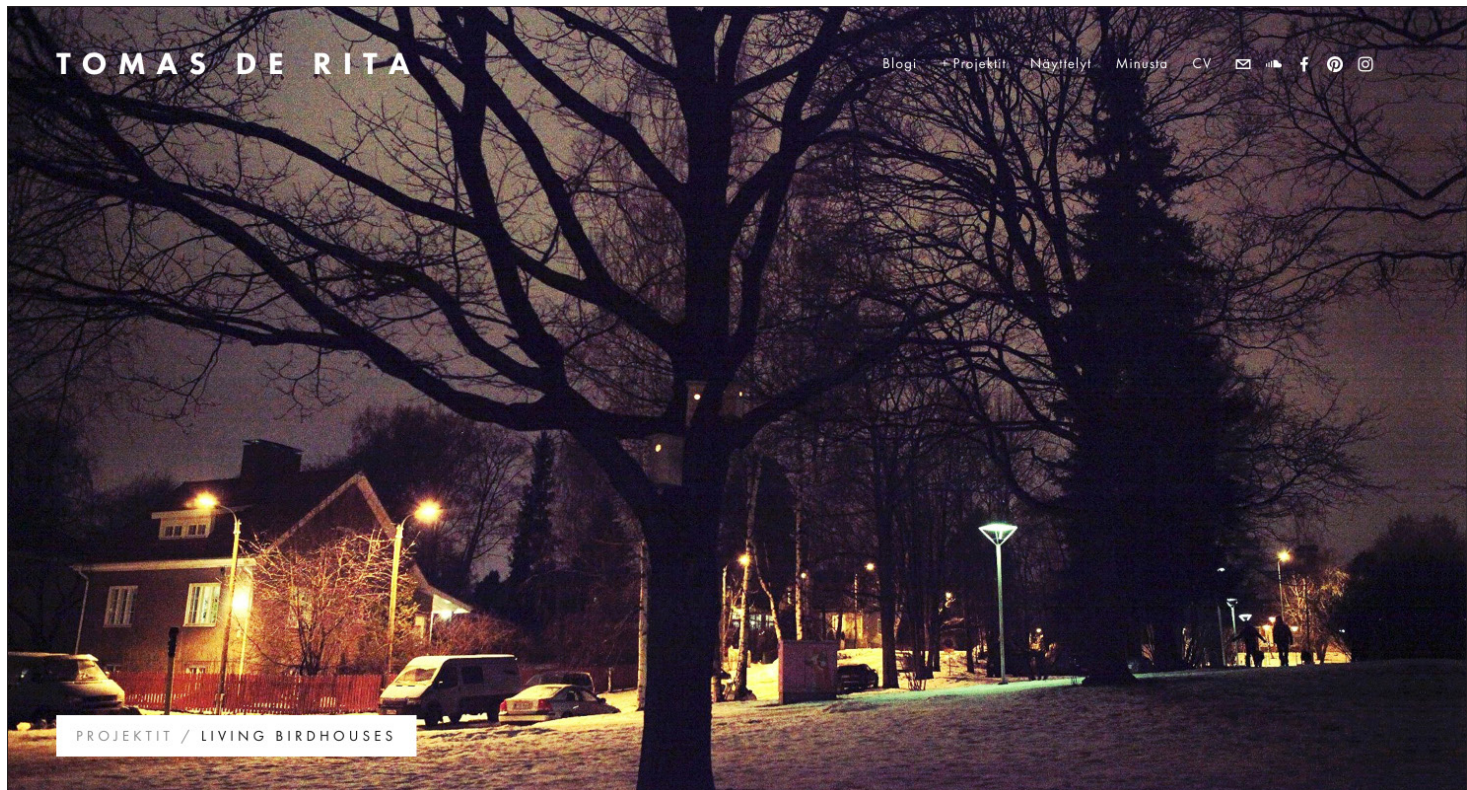
Sivujen päivittämisen on hyvä olla helppoa, koska menneisyyteen päivittämättöminä pysähtyneet sivut ovat huonointa mainosta. Sivujen päivittäminen kävikin varsinakin ennen työstä ja vaati teknistä osaamista. Usein sivut jäivät pitkiä ajoiksi tai lopulta kokonaan päivittämättä. Esimerkiksi yhdessä bloggaaja-graafikko Kasper Strömmän kanssa pitämäni sivusto *www.kingnosmo.com* jäi vuosiksi aloilleen viimeisen yhteisen kirjamme julkaisun jälkeen (ilmestyi 2009). Lopulta irtisanoin sopimuksen webhotellin kanssa ja sivu hävisi olemasta. Nykyään osoitteesta näyttää löytyvän yllätykseksi japanilainen WordPress-blogi. Ellei verkkotunnuksesta eli domainista maksa vuosi-

maksuja, se vapautuu myytäväksi. Tämä on hyvä muistaa.

6.6. Valintana Squarespace.com

Tein vertailua erilaisten palvelujen kanssa halutessani löytää itselleni sopivimman. Tavoitteenani oli löytää palvelu, jossa minimoisin sivujen teknisen toteutukseen kuluvan ajan, ja halusin sivupohjavaihtoehtojen (template) olevan jo valmiiksi tyylikkää. Palveluissa on siis usein valmiita vaihtoehtoja, joita pääsee muokkaamaan haluamallaan tavalla. Muutokset sivussa näkyvät heti ja julkaisu tapahtuu helposti. Näissä tämän tyyppisissä palveluissa pyritään luomaan ammattimaisen näköinen sivusto helposti. Palvelu myös ylläpitää sivut eli ne ovat fyysisesti palvelun palvelimilla, eikä erillisestä palvelintilasta (webhotelli) tarvitse maksaa.

Toivoin palvelusta löytyvän myös jonkinlaisen mahdollisuuden kävijästatistikoille ja ensimmäistä kertaa halusin perustaa sivut omalla nimelläni. Oman domainin eli verkko-osoitteen ostaminen ja liittäminen eri palveluihin on yleensä tehty helpoksi ja on huokeaa. Maksaessani verkkotunnuksen käyttöoikeudesta voin myös vapaasti siirtää osoitteen viittaamaan haluaamaani toiseen palveluun. Verkkotunnuksen valintaan kannattaa käyttää harkintaa. Aikaa kannattaa käyttää hakujen tekemiseen minkälaisia osoitteita maailmalta jo löytyy ja onko näissä sekaantumisen vaaraa. Varattu osoite saat- taakin olla vapaa vaikkapa toisella loppupäätteellä ja aina on mahdollista esimerkiksi valita Suomen kansallinen verkkotunnus ".fi" -osoite. Itse olen onnekaassa asemassa lähtökohtaisesti, koska tietäkseni käyttäessäni omaa nimeäni muita samannimisiä ei ole. Kaikki haut internetissä viittaavat minuun. Valitsin omaksi osoitteekseni *www.tommasderita.com*.



PÄÄDYIN VERTAILUIDEN JÄLKEEN KO-
keilemaan kaksi viikkoa ilmaiseksi Squares-
pacea, jolle tein testiksi sivut ja pian pää-
dyinkin maksavaksi asiakkaaksi. Sinänsä
koukuttava bisnesidea: alun vaivan nähtyään
palvelusta ei ehkä kevyesti haluakaan rim-
puilla irti. Sivuilta löytyvät sivupohjavaihto-
ehdot ja yhtiön valitsemat tyylikkäästä käyttä-
mien oikeat sivustot olivat ulkoasultaan miel-
lyttävän minimalistisia ja moderneja. Usein
kuvat olivat suuria ja pääpaino nimenomaan
sivun visuaalisuudessa. Sivut olivat myös au-
tomaattisesti responsiivisia. Nykyään vallalla
olevan visuaalisuuden, suurien kuvien ja no-
peiden internetyhteyksien vuoksi kevyem-
pien versioiden tarjoaminen pienemmille
laitteille on oikeastaan välttämätöntä. Squa-

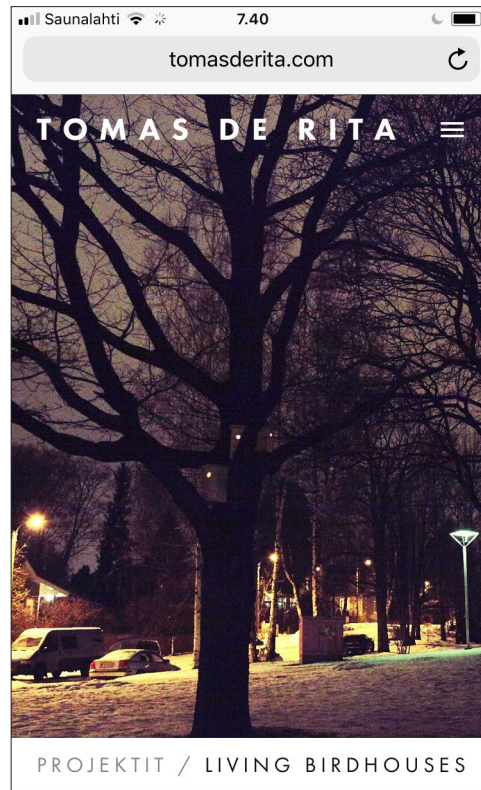
**14. Sivuston etusivulla
pyörii kuvakarusellina
Projektit-osion kuvat.
Sivustolle tultaessa
ensimmäisenä näkyy
rakentamani valaistut
lennunpöntöt puussa
Arabiassa.**

respaceen oli saatavissa myös puhelinsovel-
luksia eri tarkoituksiin kuten blogin ylläpi-
tämiseen, statistiikkojen seuraamiseen sekä
webbikaupan pyörittämiseen. Aikanaan jos
haluan eron palvelusta sivun koodin ja sisäl-
lön saa vietyä ulos toisaalla käytettäväksi, tä-
mä ei ole kaikissa palveluissa itsestäänselvää.
Monipuolisuudesta sai myös maksaa: palve-
lun hinta oli myös harkitsemistani vaihtoehtoi-
doista korkein.

6.7. Oman sivun rakenne

Aloittaessani sivun koostamisen päädyin yk-
sinkertaiseen ja selkeään sivurakenteeseen,
jonka yläalaidassa olevassa navigaatioissa esit-

15. Sivu responsiivisena iPhone 6-puhelimen näytölle skaalattuna. Ulkoasu säilyy oleellisilta osin, mutta esimerkiksi navigaatio kutistuu pieneksi yläkulmaan. Blogin vierittäminen toimii erityisen hyvin puhelimessa.



telen *Projektit* (nimi aluksi *Tuoreet projektit*), *Näyttelyt* ja *Minusta*. Melko alussa perustin Blogin ja lisäsin sen navigaatioon ja vaihtelevasti olen pitänyt esillä myös CV:tä. Opiskeluihin liittyvillä kursseilla koostin myös osiot *Kuvataidekasvatus* ja *Opettajan portfolio*, jotka ovat tällä hetkellä yleisölle näkymättöminä. Navigaation vierestä sivun oikeasta laidasta linkkaan pienin symbolein sosiaalisen median profiileihini Facebookiin, Pinterestiin ja Instagramiin. Lisäksi linkkaan myös Soundcloudiin ja sähköpostin lähettämiseen löytyy myös kirjekuorisymboli.

Projektit. Esittelen osiossa tekemiäni projekteja kuten kuvasarjoja, elektronista rakentelua kuten tekemiäni aurinkosähköllä

toimivaa sorsaa sekä valaistuja linnunpönttöjä, korusuunnittelua sekä kiinnostustani kokeelliseen ääneen. Projektit-osion kuvat pyörivät sivuston etusivun kuvakarusellissa esittelen tekemisiäni heti sivustolle saatavuttaessa. Etusivun pitäisi tietysti herättää kävijän mielenkiinto. Kuvataideopetuskokeuksien karttuessa osiota voisi myös valjastaa kuvataideopettajana tehtyjen projektien esittelyyn. Nykyinen osio on harmittavasti jäänyt päivittämättä pitkiksi ajoiksi.

Blogi. Perustin blogin jo aika nopeasti sivuston perustamisen jälkeen. Huomasin blogia pitäessäni saavani sivustolle kaipaamaani dynaamisuutta, sitä että sivuilla tapahtuu aktiivisesti jotain. Melko pian aloin pitää blogia tärkeimpänä mahdollisesti sivulle liikennettä tuovana asiana. Muu sisältö olisi tutustuttavissa tämän jälkeen. Siirsin blogin navigaatiossa ensimmäiseksi linkiksi ajatellen sen olevan nyt sivustoni tärkein osio.

Blogini yhteyteen lisäsin kuvauksen, jolla halusin selittävän auki sen tarkoituksen:

"Tarkkailen urbaania ympäristöä kävellessäni tai pyöräillen. Minua kiehtoo, miten arkiset asiat voi nähdä toisin. Blogissani testaan kävelyilläni keksimiäni ideoita ja teen leikkillisiä kokeiluja niillä. Postaukset perustuvat havainnoille, joita esittelen joko sellaisenaan tai uudelleen jalostettuna. Tämä on minulle ominaista kaupunkitilan haltuunottamista, mihin kannustan myös muita.

*Nähdyt hahmot ovat sellaisenaan löydettyjä ja niihin ei ole kajottu."*⁸⁴

Näyttelyt. Näyttelyt-osioon aloin listamaan näyttelyitä tai tapahtumia, joissa olen mukana. Ensimmäisenä näyttelynä lisäsin osioon LARU15 Human Era -näyttelyn, jota varten olin saanut motivaation perustaa si-

⁸⁴ <http://www.tomasderita.com/blogi/> (luettu 26.4.2018)

vut. Tämän jälkeen olen lisännyt uusia näyttelyitä ja niihin liittyviä tekstejä sekä kuvia. On mukavaa, että menneet näyttelyt jäävät näkyviin. Jo ensimmäisen yhteispohjoismaisen näyttelyn LARU15:n ohjelmateksti oli saatavissa myös englanniksi. Julkaisin tästä lähtien kaikki näyttelytiedot sivuillani sekä englanniksi, että suomeksi mahdollisten vierailijoiden vuoksi.

Minusta. Minusta-osion tekstiä olen päivittänyt usein. Osio kertoo siitä kuka olen, mitä olen opiskellut ja mitä tehnyt työkseni. Lisäsin linkit myös nykyisiin ja menneisiin opetuspaikkoihini kuten Käsityökoulu Robottiin, Annantaloon ja Vantaan varhaiskavatukseseen. Mainitsen myös pitkän taustani graafisen suunnittelun parissa. On merkillepantaavaa, että sivusto keskittyy lähinnä kuvataideopetuksen ja taiteen esilletuomiseen. Erityistä graafisen suunnittelun portfolioa sivuiltani ei ainakaan vielä löydy.

Viimeisenä lisäsin ruudut Instagram-kuvia, jotka päivittyvät dynaamisesti. Toisessa ruudukossa näkyy 12 viimeisintä kuvaa ja toisessa ruudukossa 12 tunnisteella *#taidepedagogitomas*⁸⁵ lisättyä kuvaa. Yhteystietoinani annan ainoastaan Helsinki, Finland sekä Gmail-sähköpostiosoitteeni.

CV. CV-osiossa pidin aiemmin englanninkielistä CV:tä, välillä osio oli pois näkyvistä ja tällä hetkellä sivuilla näkyy suomenkielinen versio. Listaan sivulla muun muassa taideopintojani, opetuskokemusta, käymiäni kursseja, näyttelyitä, apurahoja, jäsenyyksiä ja julkaisuja. Graafisen suunnittelun CV:n lupaan lähettää erikseen pyynnöstä. CV-osiota olen pitänyt harkitusti avoimena esimerkiksi työnhakutarkoituksissa. CV-osioon olen kuvitukseksi laittanut valikoiman kuvia vuosia vanhoista teoksista, joita muuten sivustolla ei esitellä.

Sivuston kieli. Teknisesti kahden kieliver-sion ylläpitäminen Squarespacen palvelussa tuntui mahdolliselta, mutta hankalalta. Päätin kirjoittaa suomeksi ja englanniksi vain näyttelyosion tekstit sekä blogin esittelytekstit sekä yksittäiset blogikirjoitukset. Sinänsä hankalasti sivuston navigaatio on kokonaan suomeksi. Tilanne ei ole paras mahdollinen. Toisaalta pidän siitä, että navigaatio pysyy selkeänä ja sanat lyhyinä. Mahdollisten suomea ymmärtämättömien kävijöiden puolesta valinta on huono. Silti blogi, jota pidän tärkeimpänä on tietysti ymmärrettävä vierassana ja blogin sisältönä on lähinnä kuvia. Vieraskieliset sivustot on mahdollista kääntää tarvittaessa esimerkiksi laittamalla osoite *Google Kääntäjään*⁸⁶, Squarespaceen saa lisättyä myös tällaisen nappulan. Lopputulos on luultavasti teksteiltään hieman rampa ja vain suuntaa-antava. Konekäännöksetkin tosin kehittyvät jatkuvasti.

6.8. Blogeista

Päädyn pitämään blogia vaikkei se edes mielestäni tuolla hetkellä ollut ilmiönä erityisen mielenkiintoista. Blogeja on mielestäni viime vuosina syntynyt aivan liikaa ja kaikkiin niihin vain yksinkertaisesti ei riitä lukijoita. Katsaus vaikkapa sivustolle *blogit.fi – Suomen blogilista* todentaa tämän. Kuinka tahansa voi lisätä sivustolle oman bloginsa haluamaansa kategoriaan ja blogeja onkin siellä ainakin 6000. Testiksi lisäsin myös oman blogini Kulttuuri-kategoriaan. Sivuston kautta on tullut vähäistä liikennettä blogiini.

Bloggaamisen kulta-aika omasta mielestäni on hiipunut ja moni on jättänyt sen. Menestyneimpiä blogeja taas on kerätty kaupallisten blogiportaalien suojiin, joissa pitkälti lukeminenkin tapahtuu. Esimerkiksi Kasper Strömmanin suosittu Kasper Di-

⁸⁵ *#taidepedagogitomas*-hashtagista lisää luvussa 7.3.2. Instagram.

⁸⁶ <https://translate.google.fi/?hl=fi>

em -blogi toimii Suomen Blogimedian alaisuudessa ja hän saa bloggaamisestaan ja yrittäjäyhteistyöstään palkkaa. Blogikirjoituksia luetaan usein sosiaalisessa mediassa julkaisujen linkkien kautta, vierailemalla blogiportaaleissa tai tilaamalla päivityksiä erityiseen lukijaan (esimerkiksi Bloglovin'), joka kerää suosikkiblogisi yhteen paikkaan luettavaksi. Blogien sivuilla vieraillaan yhä harvemmin. Tämä ilmiö koskee tietysti omaakin blogiani.

Itse en juuri blogeja lue ja oma blogini on oikeastaan enemmänkin lähinnä kuvapäiväkirja ja vertautuukin ehkä paremmin internetin kuvanjakopalveluiden kuten Instagramin tyyliin.

BLOGIEN LISÄKSI TAI SIJASTA ERÄS kansainvälinen kehityskulku on ollut kirjoittaa tekstejä artikkelimaisesti sosiaalisen journalismin alusta Mediumiin. Medium on avoin julkaisualusta, jonne voi kirjoittaa aiheesta kuin aiheesta. Käyttäjät taas voivat seurata tiettyjä aiheita ja kirjoittajia. Alustan voi opettaa tarjoamaan tekstejä kiinnostuksistasi. Tekstejä löytyy näemmä myös muun muassa kuvataideopetuksesta, opettamisesta, taiteesta ja luovuudesta. Mediumissa voisi olla jollekin kuvataidekasvattajalle mahdollisuus kasvattaa asiantuntijastatustaan kansainvälisestikin.

"Itse en juuri blogeja lue ja oma bloginikin on oikeastaan kuvapäiväkirja ja vertautuukin ehkä paremmin internetin kuvanjakopalveluiden kuten Instagramin tyyliin."

6.9. Oma kuvablogini

Kesällä 2015 opintoni olivat tauolla enkä ollut onnistunut saamaan kesäksi töitä ennen syksyn opintojen jatkumista. Tein tyttäreni kanssa pienen kuvasarjan, jossa teimme pahvista naamoja, joita lähdimme kokeilemaan pihalle erilaisiin kohteisiin. Kuvasimme sekä tekoprosessia, että kokeiluja ympäristössä. Kuvasarjasta tuli blogini alkusäys, jonka julkaisin tuoreeltaan heinäkuun 22. päivä 2015. Tämä ensimmäinen postaus ja sitä seurannut innostus johti tiiviiseen julkaisutahtiin alussa. Halusin tehdä pieniä interventioita, dokumentoida ja julkaista ne heti blogissa.

Alkuun ajattelin tekeväni pieniä ohjeita ja toteutuksia lähinnä lapsille suunnatun kuvataideopetuksen ideoiksi. Tutkin sarjoisani mm. perspektiiviä ja mittakaavaa asetellen leikkiautoja oikeaan perspektiivin todelliseen maailmaan tai vinksahaneita varjoja tekemälläni pahvivarjolla. Kuvasarjassa Nuolileikki taas kehoitin situationistien hengessä seuraamaan ympäristöstä löydettyjä nuolia ja toimimaan niiden mukaan.

Joissakin kuvissa kuten "ABC kissa kävelee..." yhdistyi sanaleikkienä kuva ja teksti. Toisissa taas palasin aiemmin tekemiini pareidolisiin näkyihin. Kasvojen sijasta aloin kerätä sivuille monenlaisia näkyjä: eläimiä, ihmisten sivuprofiileja, lenkkarimalleja... Ensimmäiset kuvat pitkäaikaiseen sarjaan Kansainväliset käsimerkit syntyivät.

Kokeilin toteutustapoina muun muassa kuvakarusellia ja animaatiota. Kuvien perusideaksi tuntui muodostuvan todellisuuden vinksauttaminen pienin teoin ja/tai asioiden katsominen uusin silmin. Matka ideasta julkaisuun oli lyhyt, parhaimmillaan julkaisin suoraan puhelimesta blogiini. Tietyllä tapaa tekemisen tavassa mielessäni yhdistyi muun muassa nämä asiat: *katutaide, derivé, kävely-metodi, populaarikulttuuri sekä sarjat*.

Katutaide. Kiinnostus katutaiteeseen on kulkenut mukani lapsesta asti tähän päivään. Esimerkiksi amerikkalaisen Brad Downeyn⁹⁰ ja suomalaisen Otto Karvosen taiteellinen työ innoittaa minua. Brad Downeyn interventioina toteutetut spontaanit ja usein vain hetkelliset veistokset ovat hämmäntäneet kaduilla ympäri maailmaa vuosien ajan. Hän on käyttänyt teostensa materiaalina mitä tahansa kaupungilta löytyvää kuten katukiviä, huomiokartioita, liikennemerkkejä ja puistonpenkkejä. Monesta hänen interventioistaan on dokumenttina vain valokuvia teoksen hetkellisen luonteen vuoksi. Kirjassa *Spontaneous Sculptures*⁹¹ esitellään hänen teoksiaan vuosilta 1999–2011. Luvattomasti ja usein aika törkeästikin tehtyjen teosten kesto on merkitty kahdesta sekuntista vuosiin. Omat tekemiseni ovat hyvin kilttejä Downeyn töihin verrattuna.

Suomalaisista tekijöistä kuvataiteilija Otto Karvonen on ”taiteellisessa työskentelyssään erikoistunut pienimuotoisiin, humoristisiin interventioihin, jotka synnyttävät yllättäviä kohtaamisia ja odottamattomia vinksahduk-

sia arkisiin tilanteisiin”.⁹² Ensimmäisen keran törmäsin hänen taiteeseensa sattumalta puistossa Amsterdamissa vuonna 2010, jossa huomasin lampputolppiin asetettuja erikoisia linnunpönttöjä. Myöhemmin minulle selvisi, että teossarjan *Muukalaispalatsit* tekijänä oli Otto Karvonen ja pöntöt oli tehty säilöönottokeskusten näköisiksi.⁹³

Karvosen Kaupunkitilan valtaamispakkaus vuodelta 2006 sisältää kassin, jonka sisällä on neljä liikennekartiota, varoitusnauhaa ja retkituoli. Pakkauksella voi vallata itselleen kaupunkitilaa. Kaupunkitilaa koen itsekin valtaavani pienillä interventioillani.



16.-17. Blogini ensimmäisen julkaisu *Tikku-ukot* sisälsi kuvia prosessista, kirjoitetun ja kuvallisen teko-ohjeen sekä ennen & jälkeen kuvia kokeiluistamme pihalla tyttäreni kanssa.

TOMAS DE RITA

Blogi • Projektit Näyttelyt Minusta

TIKKU-UKOT / JULY 22, 2015

Terveksen urbaania ympäristöä kävellessä tai pyöräillessä. Minua kiinnostaa, miten arkipäivät eivät nähdä toisin.

Blogissani kehoitan kävelytellen sekoittamaan ideoitua ja teen leikkilisiä kokeiluja niillä. Postaukset perustuvat havainnoille, joita esittelen joko selänselän tai uudelleen jäsennettynä. Tämä on minulle ominaista kaupunkitilan hahmunnottamista, mielen kannustusta myös muuta.

Nähty hahmot ovat selänselän löydettävä ja niihin ei ole kajottu.

I explore the urban environment by walking or cycling around. I am fascinated by how everyday things can be seen in a new and different way.

⁹⁰ Lisää: <http://www.braddowney.com> (luettu 7.4.2018)

⁹¹ Downey 2011.

⁹² <http://www.galleriaheino.fi/nayttely.php?aid=121181&k=120667> (luettu 10.4.2018)

⁹³ <https://ottokarvonen.com/2018/04/16/alien-palace-birdhouse-collection/> (luettu 26.4.2018)

18. Olin askartelemillani tikkailla varautunut kesäretken välipysähdykseen ABC Juvalle. Valokuvasta syntyi *ABC kissa kävelee tikapuita pitkin taivaaseen*.

19. *100% Silk* syntyi liikennemerkin repeytyneen suojuksen kauluspaitaa muistuttavasta hahmosta. Palasin paikalle ja kiinnitin paitaan silkikravatin.

Derivé. Antti Virneksen artikkeli kertoo kansainvälisistä situationisteista. He olivat "avantgarderyhmä, joka yhdisti taidetta ja radikaalia kapitalismin vastaista yhteiskunta-analyysiä."⁹⁴ Erityisesti minua kiehtoo situationistien harjoittama psykomaantieteeksi kutsuttu omanlaisensa tutkimus ja varsinkin heidän metodisiin kokeiluihin kuuluva *derivé* – päämäärätön ajelehtiminen, sananmukaisesti tuuliajolle heittäytyminen. Tietynlainen leikkilinen ote kaupungin tutkimiseen, heittäytyminen sattumien eteen ja oman tilan ottaminen kaupungissa kiinnostaa itseäni paljon ja näenkin joitakin yhtymäkohtia tekemisissäni *derivé*en. Kaupunkitaiteilijaksi itseään tituleeraava Meiju Niskala on taiteessaan paljon tehnyt interventioita, jotka voi liittää *derivé*n perintöön. Seuratessani Meiju Niskalan esitystä⁹⁵ *Creative Mornings* -tapahtumassa Designmuseolla elokuun lopussa 2015, hän kehotti kuuli-joita ottamaan elämän vähemmän vakavasti ja antaa esimerkiksi nopan päättää kaupungilla kulkemisesta ja näin heittäytymisestä mahdollisten uusien reittien ja kokemusten kokijaksi. Hän on myös tutustunut uuteen kaupunkiin käyttämällä eri kaupungin karttaa. Käsittääkseni metodit ovat situationisteilta peräisin. Samassa tilaisuudessa ollut valokuvaajatuttuni saattoi minut esitystä ennen Niskalan puheille. Hän kun ajatteli meidän jakavan samanlaista maailmankatsomusta ja halusi meidän esittäytyvämmä toisillemme. Olin tehnyt blogiani tuohon mennessä kaksi kuukautta ja valokuvaajatuttu oli pannut merkille tekemiseni.

Kävelymetodi. Olen huomannut miten liikkuminen aktivoi aivot prosessoimaan tietoa aktiivisesti. Suurin osa ajattelusta ja oivalluksistani tapahtuu liikkeellä ollessani. Itselläni havainnot tosiaan liittyvät usein muotojen tulkitsemiseen ja uusien merkitysten hakemiseen nähdyssä. Dokumen-

⁹⁵ Esityksen tallenne <https://creativemornings.com/talks/meiju-niskala/3> (luettu 7.4.2018)

ABC KISSA KÄVELEE TIKAPUITA PITKIN TAIVAASEEN /AUGUST 7, 2015



ABC Juva.

100% SILK /AUGUST 24, 2015



Näin turhan arkisen liikennemerkin kauluspaitoineen. Tein siitä kertahetkellä tyylikkäämmän.

I saw an ordinary traffic sign and made it a bit more stylish.

Kimmonte, Helsinki.

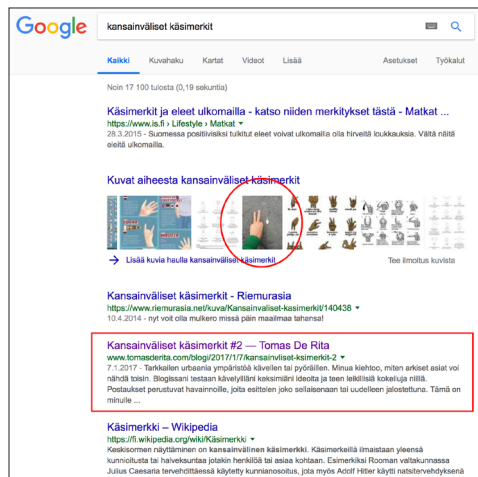
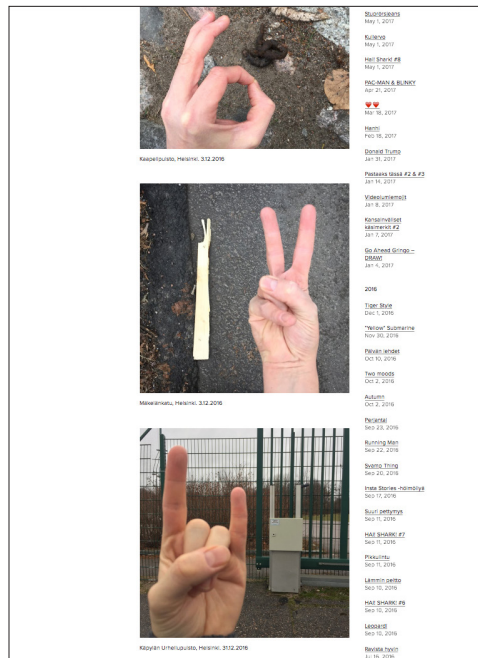
toimalla näitä näkyjä havaintopaikallaan olen luonut itselleni ikään kuin oman säännösten miten toimin. Säännöissani nähty ei saa muuttaa (toisinaan lisään kyllä kuvaan digitaalisesti esimerkiksi piirretyn tason), kohde dokumentoidaan siinä tilassa ja suunnassa kuin tein havainnon. Yleensä dokumentoin löytöpaikan laajemmin sekä lähikuvan kohteesta. Kuvaan tallentuu myös kuvaus aika ja paikka kartalla. Puhelimeeni tallentuvat kuvat paikkatietoineen piirtävät tavallaan myös kuvaa liikkeistäni, ikään kuin reviiirin, jolla liikun.

Minna Haverin ja Jouni Kiiskisen toimitamassa *Ihan taiteessa – puheenvuoroja taiteen ja tutkimuksen suhteesta* -kirjassa Anne K. Keskitalo kirjoittaa kävelymetodista kuvataiteellisenä ajattelumenetelmänä. Hän kirjoittaa miten kävelytaiteessa kävelijällä on kuvataiteellisen tutkimusretkeilijän rooli, jossa taiteilija voi heittäytyä sattumalle ja olosuhteille alttiiksi. Kävelymetodia hän pitää ruumiillisena ajattelutilana, jossa kävelemisen mahdollistama rentoutunut liike ja lähimmäiseman havainnointi aktivoi intuitiivista ajattelua.⁹⁶

Populaarikulttuuri. Taiteen, median ja populaarikulttuurin harrastus näkyy usein kuvissani. Nähty muoto voi muistuttaa vaikka klassisesta videopelistä tai amerikkalaisten jengiläisten käsimerkeistä. Keskiössä on maailman ihmettely ja siihen avoimesti suhtautuminen. Merkit, symbolit (kuten emoji) ja viittaukset risteilevät toisissa. Nähdyt asiat ovat hyvin subjektiivisia, näkeeköhän monikaan poiminnoissani samoja asioita?

Sarjat. Blogissani useat kuvat muuttuvat ajan myötä kerääntyen kuvasarjoiksi. Yksittäinen kuva kasvaa mielestäni sarjan osana suurempaan arvoon. Esimerkiksi pitkään jatkuneessa sarjassani *Kansainväliset käsimerkit* matkin sormillani ympäristössä näh-

tyä käsimerkkiä. Sarjan humoristisuuden näen kasvavan sarjan laajentuessa. Googlaamalla "kansainväliset käsimerkit" kuvasarjani näyttää olevan hakutuloksissa ylhäällä ja yllättäen Googlen kautta sivuille tulee tällä hakusanalla välillä kävijöitä.



20. Kansainväliset käsimerkit-kuvasarja on kasvanut jo vuodesta 2015.

21. Googlen hakutuloks-näkymä haulla "Kansainväliset käsimerkit" tuottaa blogini hakutuloksissa ylös.

⁹⁶ Keskitalo, Anne K artikkelissaan teoksessa Haveri & Kiiskinen (toim.) 2012, 87.

22. *Olen metsuri ja olen OK!* 4.8.2015 Oulunkylän Mäkitorpantiellä.

23. Sama paikka seuraavana päivänä minulle tuntemattoman henkilön julkisessa päivityksessä.



7.0. Kokemuksia tomasderita.comista

Alku uuden sivustoni kanssa heinäkuussa 2015 oli hyvin innostava. Tein varsinkin blogiin paljon sisältöä ja julkaisin sinne useita posteja viikossa. Ideoita pursui päähäni niin paljon, että keräsin niitä puhelimen muistiin etten unohtaisi niitä. Julkaisin Facebookissa viikottain linkin, jolla mainostin uusia posteja ja toivoin sivuille kävijöitä. Omasa Facebook-kaveripiirissäni posteista tunnuttiin tykkäävän. Elokuun alussa Facebook-syötteeseeni ilmestyi Oulunkylässä tekemästäni interventtiosta kuva. Olin kiinnostunut katkenneen liikennemerkin juureen askartelemani pahvisen kirveen (kuva 22) ja läheisessä talossa asunut henkilö oli kuvannut sen seuraavana päivänä julkiseen päivitykseensä iloiten paikallisesta *guerrilla-tai-*

teijasta (kuva 23). Eräs Facebook-kaverini oli nähnyt kuvan, tunnistanut sen kohteen ja linkitti blogini viestin alle. Tämän jälkeen vielä toinen kaverini linkitti myös Facebook-profiilini siihen. Päivityksessä oli myös toinen kuva (kuva porosta parvekkeen alla), joka taas ei liittynyt minuun. Nimettömässä interventiossa tekijää voi vaan arvella.

Tehtyäni päivityksiä kuukauden verran uskalsin mainostaa blogiani Facebookin *Kuvista*-ryhmässä (nykyään 3881 jäsentä). Sain päivitykseen mukavia kommentteja ja kyseinen päivitys teki tähänastisen kävijähuipun sivuilleni, joka pysyi jonkin aikaa korkealla tämän jälkeen. Squarespacen oman analytiikan mukaan (kuva 24) välillä 22.7.2015–22.8.2015 sivuilla kävi 1122 eri kävijää ja käyntikertoja kertyi 1495. Vaikuttii siis siltä, että materiaali kiinnosti kuvatai-



26. Facebookissa saadut innostavat kommentit blogistani Kuvista-ryhmässä tuntuivat hyviltä ja innostivat jatkamaan.

deopettajia. Statistiikkojen mukaan 52% kävijöistä käyttivät tietokonetta, 41% mobiilipuhelinta ja 7% tablettia vieraillessaan sivulla. Aiemmin mainitsemani responsiivisuus tuntui nyt hyvin tärkeältä – puolet kävijöistä käytti siis puhelinta tai tablettia sivustoni katseluun. Suurin osa kävijöistä, 60% tuli Facebookin kautta, suoraan sivustolleni tuli 39% liikenteestä. Facebookissa saatu alkusysäys sai jotkin kävijät tulemaan kuukauden aikana uudelleen sivuille suoraa osoitetta käyttäen.

Hieman myöhemmin kuulin blogiani käytetyn kuvataideopetuksessa ainakin Vantaalla ja Helsingissä. Pinterestiin ilmestyi blogistani kaksi lisäystä.

MYÖHEMMIN SYKSYLLÄ ERÄS KUVATAITEILIJATUTTU kommentoi sivujani: ”Blogissa on hyvää praxis, liikkeellä oleminen, spontaanius, nopeus, kännykän kuvat laadultaan keventävät sisältöä. Yleisesti ottaen hän piti kuvista ja uskoi, että ”tämähän voi laajentua johonkin...”.

Käsitöjättäjä taas oli kiinnittänyt huomiota kuvieni lempeään humoristisuuteen. Hänen mielestään kuvien lataaminen esimerkiksi huumorikuvasivusto KuvatON.comiin saattaisi olla hyvä idea.

Lukiokaverini taas pyysi mahdollisuutta tehdä kanssani yhteistyötä hänen bändinsä musiikkivideon kanssa. Hän tahtoi antaa minulle vapaat kädet tehdä jotain samantyyppistä videona.

Blogissani kuvaan yhdistyy yleensä otsikko. Otsikko antaa kuvalle sen merkityksen minkä minä olen siinä nähnyt. Kuva irrallaan tekstistä ei välttämättä merkitse mitään. Useimmiten tekstit ovat suomeksi, mutta statistiikoista huomasin, että liikennettä tulee välillä Suomen ulkopuolelta. Syksyllä 2015 aloin kääntää tekstit kuvan alle myös englanniksi tai toisin päin. Lisäsin myös blogini esittelytekstin englanniksi.



si. Ajattelin, että pienellä vaivalla voin tehdä blogini tutustuttavaksi laajemmin.

Vuoden 2015 blogipostien saldoksi kerätyi 71 kappaletta ja kausi oli hedelmällinen. Kokeilin monia erilaisia tekemisen tapoja ja olin innostunut.

VUONNA 2016 BLOGIN KUVAT SIIRTYIVÄT interventioista enemmänkin havaintojen suuntaan. Joistakin kuvista alkoi kertyä sarjoja: Hai! Shark! ja Yhden minuutin popot saivat aikaan monia postauksia. Haikuvissa tutkin erilaisia hai-ideoita niin haita muis-

⁹⁷ Muistiinpanot tapaamisesta Helsingissä 24.9.2015

tuttavina havaintoina kuin rakentamallani moottoroidulla hainevällä. Hainevää koeuittin lammessa Käpylässä sekä Urho Kekkosen muistomerkillä Hakasalmen puistossa. Tarkoitukseni oli jättää hai uimaan ohikulkijoiden ihmetykseksi, mutta altaan virtaus oli sille liian kova. Yhden minuutin popot-sarjassa taas yhdistin maassa nähtyyn muotoon puhelimesta sormellani piirrettyjä lenkitossujen tunnuksia kuten Adidaksen kolmiraitaa tai Niken Swooshia. Kuvaamisen tavaksi minulla muodostui yleiskuva löytöpai- kasta sekä mahdollisesti muokattu lähikuva. Esiinnyin itse myös jalkoineni kuvissa.

Halusin kuulla enemmän palautetta tois- täni ja tämän vuoksi lisäsin maaliskuussa 2016 sivuille palautelomakkeen. Aiemmin olinkin jo lisännyt mahdollisuuden kom- mentoida kuvia suoraan sivuilleni postauk- sen yhteyteen. Palautetta oli lomakkeen kautta mahdollista antaa nimettömänä, mutta tahdoin myös mahdollisuuden jättää sähköpostiosoitteensa yhteydenottoa var- ten. Yllätyksekseni lomakkeen kautta ei ole keväseen 2018 mennessä tullut yhtään vies- tiä. Lomake myös hautautuu sivuilla näky- mättömiin aivan pohjalle.

Maaliskuussa 2016 pääsin nostona mu- kaan Kielikuvakohtaamisia-blogiin, jos- sa kuvataideopettaja ja kieltenopettaja te- kee visuaalista ja verbaalista vuoropuhelua. Blogikirjoituksessa Fredalla kirjoitetaan ka- dulla havainnoimisesta monin esimerkein ja muun muassa linkataan sivuilleni: ” – Ka- dulla voi kohdata myös paljon sattuman kautta syntyntä tarkasteltavaa. Mielikuvi- tus ja leikkisä asennoituminen katsomiseen voi muuttaa ympäristön arkiset asiat, esi- merkiksi roskat, hauskoiksi yksityiskohdik- si, kuten Tomas De Rita on osuvasti havain- noinut.”⁹⁸

Kesäkuussa 2016 lisäsin itse blogini ko- keeksi blogit.fi-sivustolle, liikenne sieltä on ollut hyvin vähäistä. Blogini tuntuu hukku-

Koskelantie, Mannerheimintie, Närinkattori.

2018

[Omena ja Noppahah](#)
Mar 27, 2018

[I See feces](#)
Mar 6, 2018

[d](#)
Feb 17, 2018

[Robot](#)
Feb 16, 2018

[Marge](#)
Jan 29, 2018

[Emojippo](#)
Jan 9, 2018

[Täällä vartioin minä](#)
Jan 6, 2018

2017

[Käppäily](#)
Dec 31, 2017

[Citykani](#)
Dec 6, 2017

[Koiramies](#)
Nov 27, 2017

[5](#)
Nov 6, 2017

[Chewie](#)
Oct 30, 2017

[Leaf me alone](#)
Oct 19, 2017

[Huulipuna](#)
Oct 2, 2017

[👑👑](#)
Sep 17, 2017

[Kansainväliset käsimerkit #3](#)
Aug 30, 2017

[Ruuha](#)
Aug 17, 2017

[Tunteaton Picasso](#)
Aug 16, 2017

[Hail Shark! #9](#)
Aug 15, 2017


[Insta Stories -kesähölmöilyä](#)
Ain 2 2017

van sivuston runsauteen, enkä muutenkaan tiedä onko sivusto erityisen käytetty ja onko paikka muutenkaan oikea minulle.

Blogiin alkoi kertyä sarjoja ja mietin mi- ten näitä voisi yhdistää käyttäjän kannal- ta järkevästi. Kokeilin sivuilla muun muassa sanapilveä ja yritin tehdä postauksien yhtey- teen asiasanoja, jotka näkyivät tässä sanapil- vessä. Käytännössä asiasanojen lisääminen

27. Ote Dadavaroituk- set-kuvasarjasta, jossa tuunasin tupakka-askien varoitustekstejä. Keräsin maasta tyhjiä askeja ja muotoilin niiden varoituksista anagramme- ja. Tulostin uudet varoi- tukset, liimasin ne ja jätin askit löydettäväksi.

HAI! SHARK! #2 / SEPTEMBER 13, 2015



Hai! Shark! #2
from Tomas De Rita


01:18

Rakensin ja testasin moottoroitua hainevää.

I built a motorized shark fin and tested it.

Taivaskallio, Helsinki.

View in HD: <https://vimeo.com/139076728>



Tarkkailen urbaania ympäristöä kävellessä tai pyöräillen. Minua kiehtoo, miten arkiset asiat voi nähdä toisin.



Blogissani testaan kävelylläni keksimiäni ideoita ja teen leikkilisiä kokeiluja niillä. Postaukset perustuvat havainnolle, joita esittelen joko sellaisenaan tai uudelleen jalostettuna. Tämä on minulle ominaista kaupunkitilan haltuunottamista, mihin kannustan myös muita.

Nähdyt hahmot ovat sellaisenaan löydettyjä ja niihin ei ole kajottu.

I explore the urban environment by walking or cycling around. I am fascinated by how everyday things can be seen in a new and different way.

I post my ideas or do playful experiments with them. The posts are based on observations which are found as such, and

YHDEN MINUUTIN POPOT: AIR JORDAN / MAY 8, 2016

One minute sneakers: Air Jordan.

Särnäistenkatu, Helsinki.

28-29. Hai! Shark#2 ja Yhden minuutin popot edustivat laajempia sarjoja.

tuntui vaivalloiselta ja kaksi kieltä mutkisti aiheutta lisää. Otinkin sanapilven pian pois sivuilta. Päädyin tekemään sarjoja otsikoinnin ja ristikkäisten linkkien avulla blogipostauksesta toiseen.

Samaisena kesänä hain Vantaan varhaiskasvatukseen töihin ja aloitin uudessa työssä elokuussa. Olin tuolloin virittänyt sivuani työnhakuun sopivaksi. Laitoin esille muun

muassa päivitetyn CV:n omaksi osiokseen ja varmistin esittelytekstin tuoreuden.

Syyskuussa Instagramiin saapui uutena ominaisuutena Snapchatista kopioitu Stories-toiminto. Aloin käyttää ominaisuutta esimerkiksi Insta Stories hölmöilyä -sarjassa. Yhdistin näissä postauksissa lyhyisiin videoihin päälle emojiä.

Vuoden 2016 saldoksi kertyi 73 postausta.

⁹⁸ <http://www.tarusola.fi/kielikuvakohtaamisia/kielimaisema/fredalla-2/> (luettu 24.4.2018)

[illegible]

VUONNA 2017 PÄIVÄTYÖT, KIIRE JA jaksaminen alkoivat selkeästi vaikuttaa postaustahtiin. Jatkoin joitakin sarjoja edelleen ja vuoden saldoksi tuli enää vain 25 postaus- ta. Tosin joissakin postauksissa oli muka- na useampia kuvia tai videoita. Esimerkiksi sarja Insta Stories Kesähölmöilyä sisälsi yh- deksän lyhyttä videota, jotka oli kuvattu pit- kin kesää.

Vuoden 2018 julkaiseminen on tasaista, mutta huhtikuun loppuun mennessä postauksia on vasta seitsemän. Oma innostukseni blogin suhteen on hieman hiipunut. Nopeamman tahdin julkaiseminen näyttää siirtyneen minulla Instagramiin. Näin kesän lähestyessä on toki mahdollista, että aloitan taas tehdä uudelleen interventioita. Se olisi virkistävää.

Näen, että varsinkin blogin kehityksessä sivun näennäisestä yksinkertaisuudesta

ta huolimatta taustalla on ollut paljon ajattelua. Toimintatutkimukselle ominainen syklinen kehittäminen on ollut mukana koko ajan. Olen pohtinut sivun käytettävyyttä, tavoitettavuutta ja sisällön kiinnostavuutta. Olen kokeillut erilaisia julkaisemisen tapoja sekä kokeillut sarjojen rakentamista tehdäkseni sisällöstä kiinnostavaa. Olen tehnyt sivuille ominaisuuksien lisäyksiä ja poistoja.

7.1. Kävijäseurannalla tietoa

On kiinnostavaa tietää kuka sivuille ekssy, mitä siellä tekee, kauanko viihtyy ja mahdollisesti minkälaista reittiä kävijä käytti löytäessään sivuille. Käyttämässäni Squarespace-palvelussa, jossa www.tomasderita.com sijaitsee, on sisäänrakennettuna statistiikkaosio, joka toimii selaimessa tai eril-

30. Sivullani nähty erikoiselta vaikuttava kävijäpiikki Google Analyticsillä tarkasteltuna. Osan liikenteestä ovat aiheuttaneet luultavasti spämmibotit eivätkä oikeat kävijät (kohdissa 1, 4 ja 6).

lisessä Squarespace Analytics -mobiiliapplikaatiossa. Statistiikoista näkee sivun kävijätietoja (uniikit kävijät, kävijät, sivunäytöt), liikenteen lähteitä (suora, sosiaalinen media, haku, viittaus), suosituimpia sivuja, kävijöiden geografiaa, käytettyjä päätelaitteita (tietokone, mobiililaitte, tabletti) ja niin edelleen. Tietoja on mahdollista tarkastella halumillaan aikaväleillä.

Kokeeksi liitin sivustoni Google Analyticsiin⁹⁹ 8.6.2016 saadakseni kävijöistä vielä tarkempaa tietoa. Ilmaisuuksensa ja helpon käyttöönoton vuoksi se lienee yksi suosituimmista kävijäseurantaan käytetyistä palveluista. Palvelusta saatavat tiedot ovat hämentävän tarkkoja. Näennäisestä tarkkuudesta huolimatta olen pitänyt silti molempien kävijätietojen suuntaa-antavina. Vertailu Squarespacen ja Googlen analytiikkojen välillä saattaisi antaa hieman erilaiset tulokset enkä osakaan pitää näitä kummankaan tietojen absoluuttisen totuuden mukaisina. Kävijäluvuissa kannattaa myös muistaa, että omatkin vierailut sivuilla näkyvät tuloksessa. Ainakin Google Analyticsin saisi opettettua olemaan noteeraamatta näitä omia vierailuja.

Kaikki internetin käyttäjät eivät anna seurata itseään (esimerkiksi kytkemällä selaimesta javascriptin pois) ja osan kävijäliikenteestä saattaa sivuille tehdä erilaiset spämmibotit. Kerran ihmettelin sivuilleni saapunutta kävijäpiikkiä ja tutkiessani asiaa sain siitä selvyden. Analytiikoista mahdollisesti kävijäliikenteen lähde *not set* saattaa tarkoittaa tällaisia spämmikävijöitä (tietokone-ohjelma, ei oikea ihminen). Vääristynyt dataa aiheuttavat liikenteen lähteet voi yrittää filtteröidä pois.¹⁰⁰ Google Analyticsin peruskäytön oppii nopeasti, mutta edistyneempi käyttö vaatii jo syvempää opiskelua. Lisämaksusta palveluun saa myös lisää ominaisuuksia. Alkuun tutkin tarkkaan ja usein statistiikkoja, mutta myöhemmin olen

tarkastanut niitä vain silloin tällöin. Lähinnä minua kiinnosta välillä tutkia liikenteen lähdettä.

7.2. Oma verkosto

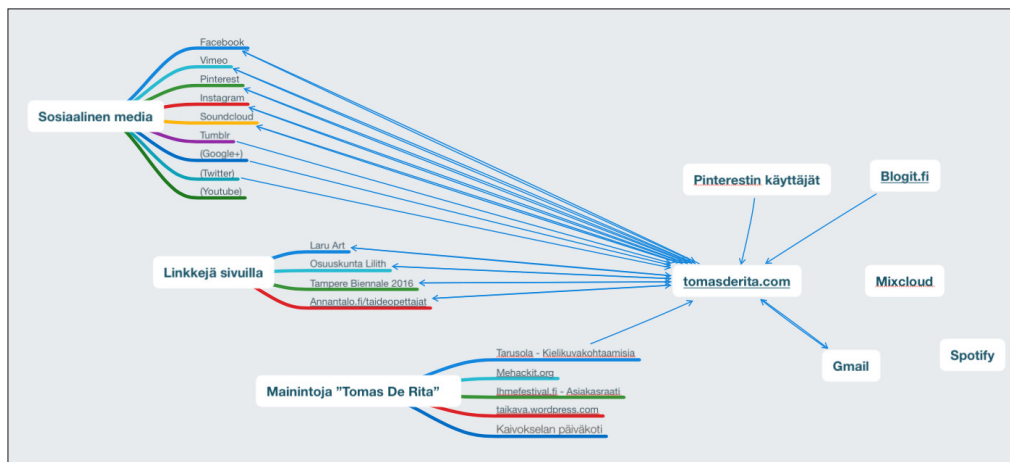
Mitä omalla blogilla tai sivustolla tekee ellei sinne saa kävijäliikennettä? Olen rakentanut vaivihkaa itselleni internetiin verkoston (ks. kuva), joka muodostuu erilaisista sivustoista ja niiden ristikkäisistä linkeistä toisiinsa. Keskiössä on sivustoni, johon suuri osa linkeistä myös osoittaa. Olen linkittänyt säännönmukaisesti kaikki sosiaalisen median profiilini viittaamaan sivustooni. Linkitän myös sivustoltani lähes kaikkiin palveluihin takaisin. Facebookista, Vimeoista, Pinterestistä, Instagramista ja Soundcloudista löytyy profiilistani linkki sivulle *tomasderita.com*. Tumblassa, Twitterissä ja Youtubessa minulla on tilit, mutta en käytä niitä aktiivisesti ja olen toistaiseksi jättänyt linkkaamatta niihin. Toisaalta Twitteriin olen lisännyt linkin ja on yllättävää huomata kävijästatistiikoista, että joku kävijä saattaa sieltä välillä tulla vaikka en olekaan muuten aktiivinen.

Käytän henkilökohtaiseen viestintään ja asioiden hoitoon sähköpostinani Googlen Gmailia. Sähköpostiosoitteestani lähetetyn viestin lopussa olevassa allekirjoituksessa on yhteystietoni ja myös linkki sivustolleni. Blogiini viittaavat myös muutamien ulkopuolisten tahojen: näyttelyprojekteista on jäänyt jäljet sivustoille Laru Art ja Tampereen Biennale. Annantalon opettajalistauksessa on myös linkki sivuuni sekä Osuuskunta Lilithin sivuilla, jonka kautta olen tehnyt graafisen suunnittelun toimeksiantoja. Joitakin mainintoja nimestä on muutamien yhteistyötoimien vuoksi.

Osan viitauksista sivuuni luovat muut internetin käyttäjät. Pinterestistä löysin muutamien pinnauksen viittaavan blogiini ja blo-

⁹⁹ <https://analytics.google.com/>

¹⁰⁰ Lisää filteröinnistä esimerkiksi: <http://omnipartners.fi/artikkelit/opi-oikea-tapa-referral-spamin-poistamiseen-google-analyticsista/>



31. Kaaviokuvassa verkostoni, jossa sosiaalisen median linkit muodostavat merkittävimmät linkit:

Sosiaalinen media:

Olen linkittänyt aktiivisemmin käyttämäni sosiaalisen median palvelut kaksisuuntaisesti toisiinsa. Vähemmän käytetty Google+ ja Twitter linkittyvät myös tomasderita.comiin.

Linkkejä sivuilla:

Laru Art, Osuuskunta Lilith, Tampere Biennale ja Annantalon opettaja-sivu linkittyvät myös kaksisuuntaisesti.

Mainintoja "Tomas De Rita": Muun muassa Tarusola-blogikirjoitus, Mehackitin kanssa tehty projektityö, Ihme-nykytaidefestivaalin asiakasraatiin kuuluminen, Taikava-hankkeeseen kirjoittamani blogikirjoitus ja päivitykseni Kaivoksen päiväkodin Facebookissa tekevät tahoillaan nimeäni tunnetuksi.

Sivustooni viittaavat myös Pinterestin pinnit, Blogit.fi-sivu sekä Gmail-sähköpostini allekirjoitus.

Verkostooni kuuluu vielä tilit Mixcloudissa ja Spotifyssa julkisine profiileineen.

gini on esiintynyt muun muassa Kielikuva-kohtaamisia-blogissa.

Spotify ja Mixcloud roikkuvat kaavion ulkopuolella vailla kytköksiä. Käytän molempia kuuntelijana aktiivisesti. Spotify on musiikin suoratoistopalvelu, Mixcloudiin käyttäjät taas voivat ladata radio-ohjelmia, DJ-miksauksia ja podcasteja. Molemmissa omia soittolistojaan voi jakaa muille käyttäjille. Tämänkin voi nähdä mahdollisuutena brändäytymiseen. Esimerkiksi Kasper Strömman tekee välillä jaettuja soittolistoja ja jakaa niitä blogissaan.

7.3. Verkostoni kanavat

7.3.1. Facebook

Facebookissa verkostoidutaan, seurataan henkilöitä ja sivuja, jaetaan linkkejä, kysytään ja opastetaan. Henkilön julkaisutoiminnasta muodostuu kalenterin tapaan etenevä ja tallentuva arkisto johon syntyy helposti syvä suhde. Oma aikajanani alkaa vuodesta 2007. Reilu kymmenen vuotta sitten vuonna

2007 Facebook sai valtavasti uusia käyttäjiä. Yhtäkkiä vaikutti siltä, että palveluun menivät samana vuonna kaikki. Tuolloin perustin itsekin hieman vastahakoisesti oman tilini.

Kymmenen vuoden aikana sosiaalisen median palveluita on tullut lisää ja osa niistä on jäänyt vain lyhytaikaisiksi. Facebookin asemaa on yrittänyt horjuttaa esimerkiksi täydellisesti epäonnistunut Google+ (minulla on yhä profiili siellä) sekä esimerkiksi hyvin nopeasti vaietut vähemmän käyttäjädataa keräävät eettisempinä pidetyt vaihtoehdot Ello sekä Diaspora. Sosiaalisen median palvelut elävät käyttäjillä ja käyttäjien luomalla sisällöllä. Facebookin horjuttaminen tällä hetkellä on kilpailijoille likimain mahdoton tehtävä. Käyttäjien massa, olemassa olevat verkostot ja palveluun luotu sisältö saa käyttäjät pysymään visusti palvelussa.

Vaikka Facebookin käyttäjämäärät kasvavat globaalisti jatkuvasti moni on myös hylännyt palvelun tai ei ole ensinkään ottanut sitä käyttöön. Nuoremmat käyttäjät ovat usein Facebookin sijaan valinneet pienempien kaveripiirien henkilökohtaisempia ja suljettuja sosiaalisen median palveluja kuten WhatsApp ja Snapchat. Toisaalta toisessa ää-

ripäässä on tubettaminen joka on selkeästi kasvussa ja varsinkin nuorempien mieleen.

Nuoret alle 25-vuotiaat amerikkalaiset ja brittiläiset käyttäjät ovat hylkäämässä Facebookin kertoo eMarketerin tutkimus.¹⁰¹

Nuoret siirtyvät joukoittain Snapchatiin ja Instagramiin. Snapchat taas on viime aikoina menettänyt käyttäjiä Instagramin kopiaitua sen suositun toiminnon. Kommunikointi visuaalisella sisällöllä on molempien palveluiden valtti.

Kavereista ja sivuista

Tällä hetkellä minulla on 678 (12.5.2018) kaveria ja seuran toistatuhatta ryhmää tai sivuja. Määrät ovat sen verran suuria, että syötteeni sisältää aina jotain aika kiinnostavaa. Kavereiden määrä on tuntunut melkein seisahtuvan paikalleen. Suurimpaan osaan on tai on ollut jonkinlainen kontakti oikeassa elämässä ja olen pyrkinyt olemaan hyväksymättä täysin tuntemattomia henkilöitä.

Monella kaverien määrä on kasvanut niin suureksi, että tämä on vaikuttanut muun muassa siihen mitä Facebookissa haluaa julkaista. Julkaisut ovat saattaneet muuttua vähemmän henkilökohtaisiksi ja näin yleisemmiksi. Huomaan itsekin harkitsevani mitä julkaisen ja myös mille yleisölle. Välillä säädän yksityisasetukset tiukemmalle niin etteivät kaikki näe päivitystäni, toisinaan julkaisen jotain täysin julkisena. Julkinen päivitys voi lähteä leviämään itsestä riippumatta. Esimerkiksi 13.4.2017 julkaisemani ranskalaisen Cassius-yhtyeen uusi musiikkivideo kappaleelle *Go Up*, jossa oli hieno visuaalinen idea teki juuri näin. Vuorokaudessa päivityksestä tykättiin 28 kertaa, mutta sitä myös jaettiin 18 kertaa edelleen. Osa tykkäyksistä ja suuri osa uudelleenjaoista ei ollut oman kaveripiirini tekemiä. Sillä on merkitystä, mitä jakaa ja mille yleisölle.

Oma Facebook-käyttökseni on muuttunut

tyhjänpäiväisemmistä *mitä kuuluu*-päivityksistä enemmänkin jakamiseen. Pidän tapahtumien, näyttelyiden sekä muuten kiinnostaviksi kokemieni linkkien jakamisesta. Suuri osa toiminnastani tapahtuu nykyään erilaisissa suljetuissa ryhmissä, joissa käydään ryhmään liittyvää keskustelua. Ryhmissä toimiminen onkin ollut yleisesti nähtävä trendi Facebookissa.

Kokemuksia Facebook-sivun ylläpidosta

Henkilökohtaisen profiilin lisäksi Facebookissa voi olla *Sivu (Page)* kuten jo aiemmin kirjoitin. Sivun nimenä on hieman harhaanjohtava kun käsitan kaikki kohteet Facebookissa ja internetissä sivuina. Sivun voi olla hyvä vaihtoehto henkilökohtaisen profiilin lisäksi erilaiseen promootiokäyttöön toisenlaisen luonteensa vuoksi. Facebook itse luonnehtii sivuja näin:

*"Sivujen avulla yritykset, brändit, organisaatiot ja julkisuuden henkilöt jakavat tarinoitaan ja ovat yhteydessä käyttäjien kanssa. Sivut voidaan profiileiden tapaan mukauttaa tarinoilla, tapahtumilla ja niin edelleen. Sivusta tykkäävät tai sitä seuraavat käyttäjät voivat saada päivityksiä omiin uutisiinsa."*¹⁰²

Sivun käyttäjä saa itselleen aivan uudenlaisen arsenaalin sivunsa markkinointiin ja statistiikkojen seurantaan. Oman projektini kuluessa harkitsin myös oman kuvataideopettaja- ja taiteilijaprofiilin luomista. Jätin ajatuksen toteuttamatta. Moni taiteilija on tehnyt itselleen oman sivun henkilökohtaisen profiilin lisäksi.

Sivun päivittäjiä voi olla useita ja heillä voi olla erilaisia rooleja ja tämän myötä erilaisia oikeuksia toimia sivulla. Jo tämäkin osoittaa sivun olevan astetta enemmän ammattimaisempaan viestintään tarkoitettu.

¹⁰¹ <https://www.emarketer.com/Article/Instagram-Snapchat-Adoption-Still-Surging-US-UK/1016369> (luettu 23.8.2017)

¹⁰² https://www.facebook.com/help/104002523024878?helpref=about_content (luettu 24.10.2017)

Oman kokemuksen sivuston ylläpitäjänä toimimisesta olen saanut ollessani Kaivokse-
lan päiväkodin Facebook-sivun toinen hal-
linnoija päiväkodin johtajan lisäksi. Kyseis-
tä sivua seuraavat lähinnä päiväkodin las-
ten vanhemmat. Päivittän tekstein, kuvin ja
videoin lähinnä omaa taidepedagogista toi-
mintaani, mutta huolehdin välillä muutakin
tuoretta sisältöä sivuille kuten vuodenaiko-
jen mukaan vaihtuvia kansikuvia. Päivityksiä
teen harvakseltaan ja useimmiten en esiinny
sivuilla itsenäni vaan anonymisti Kaivokse-
lan päiväkotina joskin parina viime kerralla
olen lopettanut viestini omaan nimeeni kun
olen halunnut päivityksen krediitit itselle-
ni. Olisi myös vaihtoehto brändäytyä taide-
pedagogiksi julkisemmin ja pitää enemmän
ääntä itsestään ja ehkä yleisemminkin Van-
taan taidepedagogimallista.

On ollut merkillepantavaa, että Facebook
antaa sivun ylläpitäjälle aivan erilaiset työ-
kalut tavalliseen profiiliin verrattuna. En-
sinnäkin tekstien kuvien ja videoiden jul-
kaisutapoja avautuu lisää: niitä voi julkais-
ta muun muassa henkilöprofiilista poiketen
muun muassa kuvakarusellina, diaesitykse-
nä tai kankaana. Näissä voi sekoittaa tekstiä,
kuvia ja videota ja esimerkiksi diaesitykseen
voi lisätä Facebookin tarjoamia musiikkeja.

MAINOSTAMINEN JA SIVUN NÄKYVYYS
statistiikkojen muodossa nousee hyvin nä-
kyväksi sisällöksi ylläpitäjälle. Facebook on
omassa markkinoinnissaan aggressiivinen ja
erilaiset näkyvyysraportit ja kehotukset mai-
nostaa sivua ja päivityksiä nousevat jatkuvasti
esille. Facebook myös yrittää saada henki-
löä kokeilemaan mainostamista ilmaisun ku-
pongein. Facebookilla on valtavasti spesifejä
tietoja käyttäjistään ja täsmennetty mainon-
ta voisi toisaalta ollakin hyvin tehokasta.

Sivun voi siis nähdä mahdollisuutena täy-
dentää omaa internetpresenssiaan esimer-
kiksi kuvataidekasvattajana tai taiteilijana.

Ainoana omien tietojen ilmentymispaikka-
na en Facebookin sivua suosittelisi kenelle-
kään. Juurikin tuo mainostamisasia sekä ar-
vaamattomat algoritmit vaatisivat helposti
rahallista panostusta mainostamiseen.

Liitteissä (9.2.) havaintoja Meiju Niskalan
Facebook-näkyvyydestä ja hänen Sivustaan.

7.3.2 Instagram

Instagram on sosiaalisen median kuvanja-
kopalvelu "jossa jaetaan omaa elämää kave-
reille kuvasarjojen muodossa".¹⁰³ Ohjelma
toimii valokuvaussovelluksena puhelimes-
sa, jolla voi ottaa kuvan tai videon ja muo-
kata sitä. Ohjelman oleellinen ominaisuus
on kuvien ja videoiden jakaminen joko ra-
jatulle yleisölle (yksityinen tili) tai julkisena
periaatteessa kaikille Instagramin käyttäjil-
le. Käytännössä jakamista ohjaavat taas mo-
nimutkaiset ja käyttäjälle näkymättömät al-
goritmit. Instagramin omistaa Facebook ja
on selvää, että Instagram ja Facebook jakavat
tietoa käyttäjistään keskenään. Molemmissa
käyttäjät pakotetaan myös katselemaan mai-
nontaa. Instagramia voi käyttää rajoitetum-
min myös tietokoneen selaimella, mutta ky-
seessä on selkeästi puhelimeen suunnitel-
tu ohjelma.

Instagramiin olin luonut tilin jo aiem-
min, mutta aloitin varsinaisesti sen käytön
verrattain myöhään. Ensimmäisen kuvan la-
tasin sinne osin tähän opinnäytteeseen liit-
tyen vasta 19.8.2015 (kuva 30). Tarkoitukse-
nani oli kokeilla samalla materiaalilla kiin-
nostaako kuvani ketään ja onnistunko saa-
maan liikennettä blogiini. Aloitettuani käyt-
tää palvelua säännöllisemmin seuraajat ovat
lähteneet kasvuun. Vuoden päästä ensim-
mäisestä kuvasta olin lisännyt palveluun 425
kuvaa, seuraajia oli 343 ja itse seurasin 865
tiliä. Tämän hetken luvut (29.4.2018) ovat
1000 postia, 610 seuraajaa, 2190 seurattavaa.

¹⁰³ <https://www.instagram.com/about/faq/>
(luettu 11.1.2017)

¹⁰⁴ <https://www.instagram.com/tderit/>

32. Ensimmäisessä Instagram-julkaisussani kierätin kuvaa blogistani kokeillakseni sen toimivuutta toisessa ympäristössä.



INSTAGRAMIA KÄYTTÄÄ TÄLLÄ HETKELLÄ yli 813 miljoonaa aktiivista käyttäjää ja se on sosiaalisen median palveluista käyttäjien määrässä kärkikymmenikössä, tarkalleen ottaen kuudes.¹⁰⁵ Palvelun suosio ja ylipäänsä kuvien jakaminen kasvaa edelleen ja esimerkiksi piireissäni olen havainnut kasvua uusien Instagram-tilien perustamisessa ja jakamisen aloittamisessa. Useat tilit ovat auki vain hyväksytyille seuraajille eli ne ovat yksityisiä. Itse säädin jo varhain kuvat näkymään avoimesti kaikille. Tässä kohtaa toimin siis toisin kuin Facebookissa joka näkyy pääasiassa vain hyväksymilleni kavereille.

Instagram kehittyä jatkuvasti uusin omi-

naisuuksin. Siihen on tullut muun muassa mahdollisuus tallentaa vuorokauden säilyviä videoita sekä kuva-albumiomaisuus. Alkuperäinen idea yksittäisestä kuvasta on muuttunut siten, että kuvia voi olla albumissa yhteensä kymmenen. Lisäkuvat näkee sivulle ruutua pyyhkäistessä. Nokkelimmat ovat alkaneet julkaista Instagramissa esimerkiksi sarjakuviaan. Sarjakuvastriippien esittämiseen ominaisuus onkin mainio.

Jo aiemmin alkuperäisen neliökuvasuhteen lisäksi ohjelma sallii nykyään myös suorakaiteen muotoiset pysty- ja vaakakuvat. Instagram sallii myös itseään kiinnostavan muiden lisäämän sisällön tallentamisen erilaisiin yksityisiin albumeihin sekä myös omien kuvien arkistoinnissa. Monien käyttäjien kuvakokoelmat ovat hyvin tarkkaan kuratoituja (kuvia vain yhdestä aiheesta tai vaikka vain mustavalkoisia kuvia) ja arkistointimahdollisuus vaikuttaa työkalulta tähän. Sarjasta liikaa eroava kuva saatetaan piilottaa omaan arkistoon ja tällöin oma tili näyttää konsistentilta.

Omat seuraamisen kohteeni liittyvät usein luovaan tekemiseen: seassa on tuttuja kavereiden lisäksi katutaiteilijoita, kuvittajia, sarjakuvantekijöitä, mediataiteilijoita, gallerioita ja museota, tapahtumia, medioita ja lähinnä elektronisia muusikoita. Viimeisenä olen alkanut seuraamaan useita kuvataidekoulujen tilejä, joita näyttää perustetun paljon. Poissaolollaan seuraamisella ni tahoissa loistavat maailman suosituimmat tilin joiden seuraajat lasketaan miljoonissa. Statista.comin mukaan seuraajamääriltään suurimmat tilin ovat Instagramin oman tilin lisäksi lähinnä poptähtiä: Selena Gomezilla seuraajia on 132,5 miljoonaa, jalkapalloilija Cristiano Ronaldolla 118,9 miljoonaa ja Ariana Grandella 116,9 miljoonaa.¹⁰⁶

Nähdäkseni vallalla näyttää olevan myös käytäntöjä, joilla selkeästi pyritään lisäämään seuraajia puolin ja toisin. Kuviin saa-

¹⁰⁵ <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (luettu 26.4.2018)

¹⁰⁶ <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/> (luettu 22.4.2018)

tetaan Instagramissa lisätä hashtagien joukkoon esimerkiksi #tagsforlikes, #likeforlikes, #likes4likes, #follow4follow ja näillä sovitetaan yhteisesti tämä käytäntö mahdollisen tykkääjän kanssa. Sosiaalisen median seuraajia saa myös ostamalla ja lopputuloksesta voi jäädä kiinni – muistan Helsingissä pahasti flopanneen MTV Push -tapahtuman, jonka yhteydessä ihmeteltiin MTV Finlandin Facebook-sivun tykkääjämääriä. Sivulla oli tykkääjiä yli 1,7 miljoonaa ja sitoutuneimmat käyttäjät asuivat Perun Limassa.¹⁰⁷

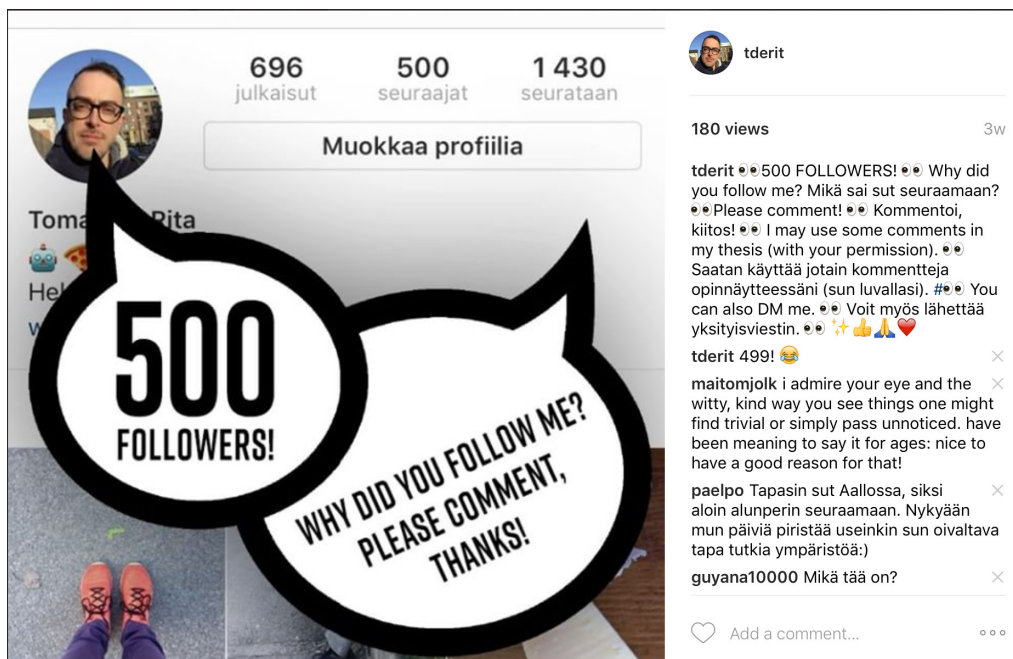
Julkaisuni Instagramissa

Blogiini olen koittanut harrastaa karsintaa ja pitää sisällön tältä osin konsistenttina. Instagramiin olen suhtautunut paljon leppoisemmin. Julkaisut voivat oikeastaan olla mitä vaan, mutta pääpaino taas on havainnoimisella. Osa blogin materiaaleista ovat ensin olleet Instagram-julkaisuja ja vasta sitten

olen lisännyt niitä blogiini. Tällä tavoin olen välillä tehnyt myös tutkimusta, minkälaiset kuvat ovat kiinnostaneet. Instagram- sivuani selatessa havaintojen seassa voi olla kuvia tapahtumista, näyttelyistä sekä myös työstäni kuvataideopettajana.

Kuvaustyyliäni yritän pitää tarkkana ja värikylläisenä. Suosin neliöformaattia ja usein kuvaan kohteet läheltä. Toisinaan teen kuva-pareja, joista toinen esittelee kuvauspaikan laajemmin ja toinen kohteen lähempää.

Saatuani Instagramissa ensimmäiset 500 seurajaa, tahdoin kysyä seuraajilta syitä seuraamiselleni. Englanniksi muotoilemani *500 FOLLOWERS! WHY DID YOU FOLLOW ME?*-kysymys palautti muutaman vastauksen kuvan yhteyteen. Nimimerkki *maitomjolk* arvosti minun havainnoinnin tapaani ja kykyä nähdä merkityksiä jossain, joka jollain muulla jäisi näkemättä. Nimimerkki *paelpo* taas sai piristystä päivään oivaltavasta tavasta tutkia ympäristöä.¹⁰⁸



33. Tein 500:n Instagram-seuraajan jälkeen animoidun kuvan, jolla kysyin seuraajilta syytä seuraamisen.

¹⁰⁷ <http://nalleosterman.blogspot.fi/2014/09/mtv-push-huikainvestointi-vai.html> (luettu 12.11.2017)

¹⁰⁸ <https://www.instagram.com/p/BTmjUvKjoF0/?taken-by=tderit> (luettu 26.4.2018)

Kiinnostavat Instagram-hahmot

Aloitettuani Instagramin käytön olen törmännyt lukuisiin kiinnostaviin tileihin. Eri-tyisessä tarkkailussa minulla on ollut muutamia kuvan kanssa työskenteleviä Instagram-kuuluisuuksia. Tanskalainen katutaitelijana tunnettu HuskMitNavn¹⁰⁹ (140 000 seuraajaa), jonka tili täyttyy lähinnä nokkelista kolmiulotteisista A4-paperista repimällä ja piirtämällä tehdyistä töistä on itsekin sanonut töidensä olevan *täydellisen instagrammattavia*. Christoph Niemann¹¹⁰ (735 000 seuraajaa) tekee muun muassa kuvituksia ja kansia *The New Yorkeriin*. Hänen kuvissaan usein kohtaa tosielämän esineet mainion idean ja piirrosjäljen kanssa. Vincent Bal *Shadowology*-tilillään (195 000 seuraajaa) taas yhdistää varjoihin piirrosjälkeä. Kaikki edellä mainitut myyvät töitään myös kirjoina tai kortteina.

Kuvataiteilijoita näkyy paljon tileineen Instagramissa. Alusta toimii heillä usein promoamistarkoituksessa, esittelee työprosesseja, näyttelyitä ja toimii myyntikanavanakin. Jotkin käyttävät Instagramia mahdollisuutena tehdä pitkäaikaista kuvataiteellista sarjaa. Esimerkiksi ruotsalainen kuvataiteilija Jacob Dahlgren (2953 seuraajaa) tekee tällaista.¹¹² Hän on pukeutunut vuodesta 2001 päivittäin raitapaitaan ja ottanut itseltään palveluun selfien. Helsingin Sanomien artikkeli kertoo kuvataiteilija-kuvittaja Jenni Tuomisesta¹¹³ (1867 seuraajaa) joka lisäsi muutama vuosi sitten muotoilemiaan savie-läimiä Instagramiin:

*”Instagram räjäytti porvooolaisen Jenni Tuomisen suosion – nyt hänen muotoilemiaan saviponeja tilataan sveitsiläiseen luksustavarataloon”*¹¹⁴

Oheinen otsikko kertoo palvelun parhaimmillaan yllättävästä kansainvälisestä tavoit-

tavuudesta. Tuominen on hämmästynyt tahtuneesta:

*”Tein hienot kotisivut, mutta niillä ei käy kukaan. Sen sijaan kun laitan kuvan Instagramiin, tapahtuu tällaista”*¹¹⁴

päivittelee Tuominen artikkelissa.

Kuvataidekasvattajakollegoilla tuntuu monilla olevan Instagram-tilit erityisesti kuvituksien ja maalauksien esittelyyn. Henkilökohtaisen tilin lisäksi on mahdollisuus luoda tilejä projekteja tai yhteistyökuvia varten. Tuoreena esimerkkinä vaikkapa Helsingissä sijaitsevan Bokvillanin vuoden 2018 asukastalotaitelijat Verna Kuntsi ja Satu Sipilä heidän Seikkailutaidekoulu-tilillään.¹¹⁵ Tekemisen ote näyttää raikkaalta.

Instagramin siirryttyä Facebookin omistukseen on siihen alkanut tulla sen ominaisuuksia. Instagramissa oman tilinsä voi muuttaa tai perustaa kokonaan uuden yritystilin, jonka avulla olisi muun muassa mahdollisuus tietää enemmän seuraajistaan sekä mainostaa tiliään.

Instagramin hashtagista

Kuvien jakamisessa voi käyttää hashtagia eli tunnisteita. Olen käyttänyt kuissani paljon niitä kokeiluluontoisesti. Aloin käyttää Vantaalla taidepedagogina toimiessani työhöni liittyvissä kuvissa hashtagia *#taidepedagogi*. Koska taidepedagogi on kuitenkin sanana yleinen, se alkoi sekoittaa ympäri Suomea tätä tunnistetta käyttävien kuviin. Tarkeempi määre tyyliin *#vantaantaidepedagogit* voisi olla taidepedagogien yhteisölle esimerkiksi luonteva tapa merkitä kuvia kollektiivisesti. Loin uuden hashtagin ja kävin muutamassa kaikki taidepedagogina lataamani kuvat hashtagin *#taidepedagogitomas* alle. Nyt tuon hashtagin avulla voi nähdä kerralla kaikki lataamani kuvat. Käyttämällä tätä

¹⁰⁹ <https://www.instagram.com/huskmitnavn/> (luettu 18.4.2018)

¹¹⁰ <https://www.instagram.com/abstractsunday/> (luettu 18.4.2018)

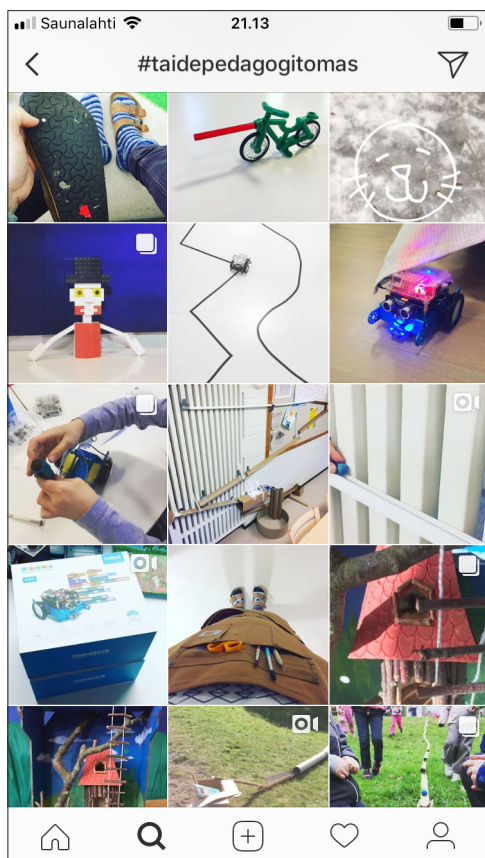
¹¹¹ https://www.instagram.com/vincent_bal/ (luettu 18.4.2018)

¹¹² https://www.instagram.com/jacob_dahlgren/ (luettu 18.4.2018)

¹¹³ https://www.instagram.com/jenniannaelina_tuominen/ (luettu 18.4.2018)

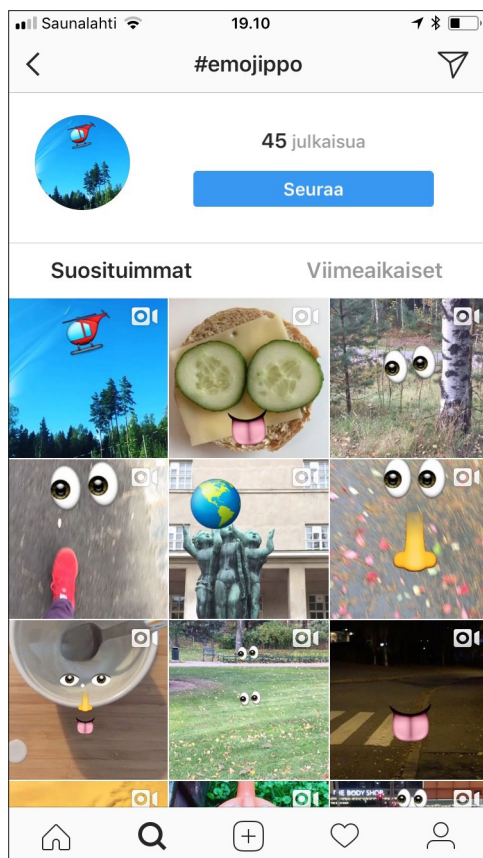
¹¹⁴ <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005129579.html> (luettu 18.4.2018)

¹¹⁵ <https://www.instagram.com/seikkailutaidekoulu/> (luettu 22.4.2018)



hashtagia koen liittäväni itseni Vantaan varhaiskasvatuksessa toimivien taidepedagogien yhteisöön. Samalla teen tunnetuksi työtämme Vantaalla sekä koen brändääväni itseäni. Koska kaikki tällä hashtagilla ladatuista kuvista ovat omiani, haku antaa aika kattavan kuvan tekemisistäni työssäni. Olen tarkoituksella yrittänyt saada antamastani kuvasta värikkään, monipuolisen, modernin ja laaja-alaisen. Kuvissa ja videoissa saattaa vilahtaa niin kuvataidetta, valoprojekteja, ilmiöoppimista, äänitöitä kuin robotiikkaa. Tekijänoikeussyistä oppilaideni töitä en ole voinut tililleni lisätä.

Instagramissa esiteltiin keväällä 2018 uu-



34. Luomallani hashtagilla *#taidepedagogitomas* voi koota kaikki taidepedagogina Instagramiin lataamani kuvat.

35. Hashtag *#emojippo* taas kokoaa alleen Instagramin Story-toiminnolla tekemiäni videoita. Olen salaa toivonut, että joku tekisi vastaavia videoita ja merkitsisi ne samoin.

tena toimintona mahdollisuus seurata käyttäjän sijasta myös kiinnostavaa hashtagia. Lisäsin omalle internetsivulleni *Minus-ta*-osioon syyskuussa 2017 kaksi kuvablokkia, jotka lataavat sisällön dynaamisesti Instagramista. Toinen esittelee 12 kuvalla viimeisimmät kuvani, toinen taas hashtagilla *#taidepedagogitomas* ladatut kuvat.

Toinen luomani hashtag on *#emojippo* (emoji + jippo = emojippo). Tämän tunnisteiden olen liittänyt videoihin, joissa yhdistän liikkuvaa kuvaa puhelimen emojiisiin. Tällä tavoin lisään silmiä, suita ja vastaavia liikkuvaan kuvaan.

7.3.3. Vimeo

Vimeo¹¹⁶ on Youtuben¹¹⁷ tapaan sivusto, jonne voi ladata videoita tai katsella muiden sinne lataamaa videosisältöä. Perustin oman profiilini maaliskuussa 2015 ja blogiini liityen latsin sinne ensimmäisen videon heinäkuussa. Olen itse valinnut Vimeon Youtuben sijaan videoideni alustaksi muutamasta syystä. Ennen kaikkea Vimeo on vapaa videoiden yhteydessä näytettävältä mainonnalta. Googlen omistama Youtube rahoittaa toimintaansa mainonnalla, jota näytetään videoiden yhteydessä, kun taas Vimeo myy erilaisia kuukausimaksupaketteja käyttäjilleen. Maksamalla viidestä neljäänkymmeneen euroa erilaisista palvelupaketeista saa Vimeossa käyttöönsä erilaisia erikoispalveluja kuten rajoittamatonta tallennustilaa, tarkempaa statistiikkaa videoiden katselusta ja markkinointityökaluja. Ilmaisella tilillä jota itse käytän on viikottainen tiedostojen latausrajoitus (500 Mb), jota ei tullut ylitettyä.

Vimeo näyttää siistimmältä, tyylikkäämmältä ja ammattimaisemmalta. Vimeo tuntuu olemukseltaan rajatun luovan sisällön sivustolta kun Youtube tuntuu olevan sisällöltään sekavampi ja suttuisempi. Molemmissa palveluissa voi kerätä tililleen linkkejä, kiinnostuksen kohteita ja kiinnostavia henkilöitä, joiden videoita haluaa seurata. Videota voi kommentoida molemmissa.

Youtube ollessa maailman suurin videoidenjakopalvelu, siellä on mahdollista saada videoilleen potentiaalisesti suurempi yleisö. Vimeo on videoiden ja käyttäjien määrässä huomattavasti suppeampi. Itse olen lähinnä pitänyt Vimeota videoideni tallennuspaikkana, joiden linkkejä jaan muualla kuten omassa blogissani. Squarespaceen ei myöskään voi tallentaa omia videotiedostojaan, vaan se sallii vain ulkoisia linkkejä niihin. Vastaava onkin usein käytäntönä erilaisissa blogisovelluksissa.

¹¹⁶ <https://www.vimeo.com>

¹¹⁷ <https://www.youtube.com>

¹¹⁸ <https://www.pinterest.com>

¹¹⁹ <https://fi.pinterest.com/tomasderita>

7.3.4. Pinterest

Pinterest¹¹⁸ on ilmoitustaulun tapaan toimiva ideakuvasto, johon voi tallentaa itseään kiinnostavia kuvia ja linkkejä. Eri käyttäjiä ja aihealueita voi seurata ja palvelussa on sosiaalisen median ominaisuuksia.

Itse aloin kerätä ideoita luomieni aihepiirien alle. Itse olen käyttänyt Pinterestiä juurikin ideoiden tallentamiseen ja joitakin ideoita olen jatkopaljastanut opetuksessani. Valitsin albumeideni kieleksi englannin ja osa albumeistani on ulkopuolisille näkymättömänä. Pinterestiä olen huomannut käytettävän esimerkiksi koulu- ja päiväkotiopetuksessa ideoiden lähteenä. Pinterestiin tehdyt taulut ja niiden sisältö myös luo aina kuvaa käyttäjästä. Esimerkiksi Espoossa opettavalla kuvataideopettajalla Leena Kleemolalla oli harkiten ylläpidetty Pinterest-tili, johon hän oli kerännyt eri aihealueisiin referenssimateriaalia muun muassa lukion kuvataidekurssien mukaan. Harmillisesti tili näytti kerran tyhjentyneen sisällöstä kokonaan.

Lisäsin kokeiluluontoisesti blogiini myös 17.4.2006 kuvien yhteyteen *Pin it* -napin kokeillakseni lisäisikö se kuvien lisäämistä Pinterestiin. Toistaiseksi minkäänlaista vaikutusta ei näytä tulleen. Profiilin tiedoissa linkitän taas takaisin omalle sivustolleni.

7.3.5. Soundcloud

Soundcloud¹¹⁹ on palvelu, jossa voi jakaa musiikkia ja muita äänitiedostoja. Käyttäjät ovat pitkälti musiikin ammattilaisia tai harrastajia. Sisältö omassa profiilissani on tällä hetkellä pitkälti muutama vuosi sitten tekemiäni ympäristöäänityksiä tai äänikeiluja. Sivun tietoihin lisäsin linkin sivustolleni. Lisäämällä sivulleni linkin takaisin Soundcloudiin halusin näyttää suuren kiinnostukseni ääneen.



7.4. Minkälaisena tahdon näyttäytyä?

Aikuiskasvatusharjoittelun yhteydessä pohdin esseessä aikuiskasvatustutkimustani helmikuussa 2016.¹²⁰ Pidän tuolloin opettaja-identiteettiäni vielä aika kehittymättömänä, koska takana oli verrattain vähän opetuskokemusta. Keväällä 2016 *Opettajan portfolio* -kurssiin kuuluvana harjoitustyönä kokosin internetsivulleni pienen kokonaisuuden, jossa ensimmäisen kerran yritin avata olemustani taidekasvattajana. Pohdin kiinnostuksiani muun muassa sanapilven muodossa. Koin tämän ihan hyödyllisenä pohdintana ja sanat pitivät hyvin paikkansa vielä keväällä 2018.

Olen erityisesti havainnoija, johon sanapilven *toisin katsominen* liittyy. Minulle on ominaista tarkkailla ympäristöä tarkasti ja tallentaa näkyjä kuvasarjoiksi. Pidän uusien

merkityksien löytämisestä havainnoille. Erityisesti kiinnostavat urbaanit yksityiskohdat kuten graffitit, sabluunamaalaukset, tagit ja tarrat, kyltit ja opasteet, kadunvarsimainokset jopa roskat, tahrat ja jätökset. *Katutaide* kiinnostaa ja erityisen mielenkiintoisena pidän kun joku kajoaa kaupunkitilaan tehden sinne omia *interventioita*. Havaintoihini ja interventioihin liittyy usein lämminkin *humori*. *Kaupunkiympäristöt* kiinnostavat, mutta *luontoa* ja luonnossa tapahtuvia ilmiöitä olen tarkkaillut myös lapsuudesta lähtien. *Populaarikulttuurin*, *median* ja *mainonnan* seuraaminen on minulle ominaista. Toisaalta mainonnan ja kulutuksen suhteen pyrin olemaan kriittinen. Taustani graafisena suunnittelijana tuo asioihin tiettyä *graafisuutta* muun muassa *värien* ja *sommittelun* suhteen. Viime vuosien kiinnostuksissani *tekniikan* tuomilla mahdollisuuksilla on ollut

36. Tajunnanvirtamaisesti kirjoittamani sanat sanapilvenä *Opettajan Portfolio*-kurssin harjoitustyöhön liittyen.

¹²⁰ De Rita 2016.

suuri sija. Olen harrastanut muun muassa elektronista rakentelua, sekä *valon* ja *projisointien* kanssa työskentelyä. *Samplaaminen* liittyy terminä sekä musiikintekemiseen, että *kokeelliseen ääneen*, mutta myös laajemminkin tekemisiini – palasia voi lainata sieltä täältä. *Virtuaalinen*- ja lisätty todellisuus sekä *tulevaisuuden* tuomat mahdollisuudet tuntuvat kiehtoilta. Oman aikamme *nykytaide* on lähimpänä kiinnostuksiani.

OPETUSKOKEMUSTA ON NYT KERTYnyt eniten iltaryhmien opettamisesta Annantalossa sekä työllistyttyäni päivätöihin taidepedagogiksi Vantaan varhaiskasvatukseen. Oma tämän hetkinen opettajuuteni kumpuaa vahvasti kiinnostuksen kohteistani. Olen haalinut viime vuosina uusia kokemuksia muun muassa kokeellisesta äänestä, elektronisesta musiikista, elektronisesta rakentelusta, koodaamisesta ja valotaiteesta. Näitä uusia kiinnostuksiani olen halunnut näyttää vahvasti myös ulospäin. Näitä kiinnostuksia on ollut mukavaa kokeilla käytännössä ja siirtää tuoreeltaan opetukseen.

Innostun jopa lapsenomaisesti tutkimaan itsekin ilmiöitä ja samalla opin uutta. Usein kaan en osaa asioita ollenkaan läpikotaisin, mutta uusien asioiden kokeileminen opetusympäristössä inspiroi.

Arvostan kokemuksellisuutta ja elämyksellisyyttä. En haluaisi opetuksessani tarjota liian valmiita malleja, vaan pyrkimyksenä olisi jättää tilaa lapsen omalle omatoimisuudelle, aktiivisuudelle ja näiden myötä tekemällä oppimisille. Tässä kohden haluaisin nähdä tässä yhtäläisyyksiä filosofi ja kasvatustajattelijan John Deweyn ajatteluun.

Työskenneltyäni uudessa työtehtävässäni neljä kuukautta, minulta pyydettiin blogikirjoitusta *Taikava – Taidekasvattajat varhaiskasvatuksessa* -sivuille. Kirjoitin muun muassa näin:

"Olen kiinnostunut monipuolisesti taitees-

ta, ajankohtaisista ilmiöistä, luonnosta ja tekniikasta ja inspiroin lapsia myös kiinnostumaan uusista asioista ja maailmasta ympärillään. Kuuntelen ja innostun lasten maailmoista sekä ideoin niistä yhteistä tekemistä. Tänä syksynä on muun muassa rakenneltu pahvista erilaisia autoratoja ja hyppyreitä, tehty paperista Pikachu-origameja, kehitelty paperilennokkien aerodynamiikkaa ja istutettu pihalta löydettyjä tammenterhoja. Kokeiluluontoisesti olen tarjonnut muutamille lapsille 3D:n alkeita (tietokoneella Tinkercad ja Sculptris) ja näillä lapset synnyttivät uusia Pokémon-hahmoja. Ohjelmoinnillista ajattelua olen teettänyt lapsille kehitetyillä Scratchilla ja ScratchJR:lla. Eräs viisivuotias to-kaisikin: "Miksi sulla Tomas on niin paljon ideoita?"

*Tänä syksynä meillä on ollut Tenavissa teemana "Valo ja väri". Olemme muun muassa tutkineet metsässä syksyn värejä, leikkineet värilaboratoriota, valmistelleet varjotatteriesityksiä, rakennelleet 3D-kiikarit vessapaperirullista ja värikalvoista, valomaalanneet, piirtäneet ja animoineet tabletilla "valosormiväreillä" sekä projisoineet niitä suurena seinälle. Viime viikolla olemme tutkineet aurinkokuntaa ja avaruuden valoa sekä rakennelleet raketteja, avaruusasemia, satelliitteja ja planeettoja. Kävelimme myös kuun pinnalla ja olimme mukana raketin laukaisussa virtuaalilasien lävitse katsomalla."*¹²¹

Blogikirjoitukseni yritti kuvastaa tavoitettani monipuoliseen ja elämykselliseen opetukseen, joka sopivasti käyttää tekniikan mahdollisuuksia hyväksi. Työssäni Vantaalla taidepedagogeilta on odotettu vahvaa lapsiläh-töisyyttä, mihin olen pyrkinyt. Lasten omat ideat ja niistä kumpuava leikki ovat tärkeitä.

Olen kokenut välillä hieman yllättävien-

¹²¹ <https://taikava.wordpress.com/2016/11/22/nelja-kuukautta-kaivokselassa-vessapaperirullista-virtuaalilaseihin/> (luettu 25.4.2018)

kin opetussisältöjen inspiroivan myös oppilaitani. Esimerkiksi kuvataidekoulujen kussisällöt tuntuvat monesti sisältävän melko perinteisiä tekniikoita kuten piirtämistä, maalaamista, rakentelua ja muovailua. Viime aikojen opetuksessani olen pyrkinyt laajentamaan näiden käsittelyä esimerkiksi elektroniikan, valon, äänen ja mediakasvatuksen keinoin. Opetuksestani löydän jonkinlaisia yhtymäkohtia esimerkiksi maker-kulttuuriin, jossa tekemisen ja kokeilemisen kautta opitaan. Koen prosessin olevan oikeastaan tärkeämpää kuin lopputuloksen. Oma oivallus ja uusien kokemusten ja mahdollisuuksien esittely lapsille tuntuvat tärkeiltä. Jonkinlaisena pohjavireenä kuljetan ekologisii arvojani. Käsitlemme varsinkin päiväkotilasten kanssa paljon luontoon ja sen suojeluun liittyviä aiheita.

Opetukseni Annantalossa kahden lapsiryhmän kanssa on mukaillut samantyyppistä otetta opetukseen. Miettiessäni ensi syksyn 2018 suuntaviivoja opetukselleni, kirjoitin 4-5-vuotiaiden Auringonpilkkujen kuvaukseen muun muassa näin:

*"Leikimme väreillä, muodoilla, valoilla ja varjoilla. Tärkeää on mielikuviitus, luovuus ja onnistumisen ilo! Muovaamme, rakentelemme ja kokeilemme erilaisia kuvan tekemisen tapoja – monenlaiset tekniikat ja ilmaisutavat tukevat omaa luovuutta. Annantalon vaihtuvat näyttelyt ja kiinnostava miljöö mukana opetuksessa. Luvassa myös ripaus tiedettä ja teknologiaa!"*¹²²

Tahdoin lisätä lopetukseen näkyväksi lauseen, jonka koin tukevan nykyistä taidekasvatusfilosofiaani. Annantalon taidealavastaava piti tästä opetuksen laajentamisesta tieteen ja teknologian suuntaan. Hänen mielestään se antoi ulottuvuutta ja laajensii sisältöä.

KIRJOITIN OPINNÄYTETYÖNI ALKUPUOLELLA tehneeni havainnon, miten monella opiskelijalla oman portfolion ja esittelytekstin kirjoittaminen tuntui auttavan oman identiteetin ja osaamisen kartoittamisessa. Samainen kirjoittaminen auttoi minua pohdittamaan myös omaa taiteilijuuttani laatiesani itsestäni esittelytekstiä Tampere Biennalen äänitaidenäyttelyä varten samana keväänä 2016. Näyttelyssä nähtiin sarja erikoisvarusteltuja linnunpönttöjäni, joita festivaalin taiteellinen johtaja Sami Klemola oli nähnyt sivuillani. Hän oli etsinyt Esa Kotilaisen ääni-installaatiota täydentävää teosta ja törmännyt teoksiini. Teoksessani linnunpönttöjen katoilla aurinkopaneelit keräsivät päivällä paristoon energiaa ja illan tullen pönttöihin syttyi valo. Pönttöjen päätyminen näyttelykontekstiin tuntui vähän ristiriitaiselta, vaikka olikin hienoa. Olin pitänyt joitakin pönttöjäni puissa yli talven Helsingissä ja alkuperäinen ideani olikin vain aiheuttaa niillä iloa ja hämmennystä nimettömästi katutaiteen hengessä. Tampere Biennalessa kuitenkin kolme linnunpönttöäni toimivat vuorovaikutuksessa Esa Kotilaisen ääni-installaation kanssa kuukauden ajan Kirjastonpuistossa. Kirjoitin esittelyyni näin (ote tekstistä):

*"Tomas De Rita on helsinkiläinen taiteilija, jonka teokset kommentoivat luonnon ja urbaanin elämäntavan kohtaamista. Teosten keskeisiä elementtejä ovat yllättävyys, huumori, absurdus, lämpö ja sattuma. Teoksissa yhdistyvät yllättävät, keskenään ristiriitaisetkin elementit, ja ne saavat katsojan näkemään tutut asiat toisin. De Ritan tausta on graafisessa suunnittelussa..."*¹²³

Kuvaus sopii melko hyvin tämän hetkiseen olemukseeni opettajanakin. Taiteilija-opettajana oma taide on opetuksessa erottamattomasti läsnä.

¹²² <http://www.annantalo.fi/fi/taideopetus/> (luettu 3.5.2018)

¹²³ Tampere Biennalen ohjelmakatalogi 2016, 55.

8. POHDINTA

8.1. Pohdintaa prosessista

Palatakseni alkuun tässä opinnäytteessäni pyrin tutkimaan oman nettinäkyvyyteni kautta henkilöbrändäämistä ja taiteilija- sekä kuvataidekasvattajaidentiteetin rakentamista. Halusin pohtia persoonabrändin merkitystä menestykseen nykyajan työmarkkinoilla sekä tutkia minkälaista kuvaa itsestään antaa nykyaikainen taiteilija ja kuvataidekasvattaja. Tämän prosessin aikana aloin ylläpitää uutta sivustoani ja toimintojeni pääasiallisena missionani oli saada sivuilleni kävijöitä. Esittelin alkuun itseäni enemmän tuntemattomana taiteilijana ja kuvataidekasvatuksen opiskelijana. Uudessa blogissani julkaisin alkuun nopealla tahdilla ja saamani palautteen myötä koin tekemäni sisällön kiinnostavan sivujeni käyttäjiä. Alkuhuumassa arvelin ehkä hieman optimistisesti, että blogi noteerattaisiin jossakin, mutta tätä ei ainakaan tietääkseni tapahtunut. Elättelin myös toiveita päästä johonkin vierailevaksi opettajaksi blogini aihepiiriin liittyen ja näyttämään töitani sekä interventioitani.

Olisinko hyötynyt kuratoimisesta julkaisemalla tiukemmin johonkin kaavaan sopivia kuvia? Olisiko keskittyminen vaikkapa alun interventioihin toiminut paremmin? Olivatko ideani vain keskinkertaisia ja jo nähtyjä? Vaikuttiko julkaisujen nopeus ja viimeistelemättömyys laatuun? Olisiko jatkuva rummuttaminen ja julkisena julkaiseminen Facebookissa lisännyt kävijöitä?

Ajattelin tosiaan blogini eräänlaisena si-

säänheittotuotteena ja tämän ohessa halusin esitellä itseäni muutenkin. Tarkoitukseni oli esitellä itseäni kiinnostavana, mutta kenelle? En ihmeemmin ajatellut kenelle sivustoani edes suuntaan. Hainko tekemilläni vain jonkinlaista *kelpuutusta*, josta toimittaja Aleks Eror kirjoitti artikkelissaan (luvussa 4.3.) narsismin lisääntymisestä. Tätä olisi voinut olla ihan hyvä pohtia. Tavoitteeni saada liikennettä sivuille onnistui kyllä, mutta miten?

Statistiikkojen seuraaminen ja analysointi sekä tietojen pohjalta tehdyt ratkaisut liittyivät toimintatutkimukseeni. Oheisessa kuvassa nähdään Squarespacen Analytics-puhelinapplikaation statistiikkoja sivusto-
ni alusta kesäkuun lopulta 2015 huhtikuun loppuun 2018. Mitä statistiikoista voi muun muassa päätellä?

Kävijöitä sivuilla on ollut, mutta kävijäkäyrä on ollut laskussa. Suurin osa kävijöistä on tullut sivuille suoraan, seuraavaksi eniten liikennettä on tullut sosiaalisen median kautta. *Blogi* on ollut sivuston suosituin osio, *Projektit* ovat kiinnostaneet seuraavaksi. Kolmanneksi vierailluin sivu on ollut oma esittelyni *Minusta* ja neljäntenä on kiinnostanut *Näyttelyt*. Omasta mielestäni järjestys on yllättävän onnistunut.

Selkeästi suurin osa kävijöistä on tullut Suomesta, seuraavaksi kävijöitä on tullut USA:sta ja Kanadasta. Arviolta 106 käyttäjää on tilannut seuranta-aikana sivuiltani RSS-syötteen eli blogissani tapahtuvat päivitykset näkyvät heidän blogisyötteissään. Suurin osa sivuston vierailijoista käyttää se-

laamiseen tietokonetta, seuraavaksi eniten sivuilla vieraillaan mobiilipuhelimilla. Suh-
taudun silti hieman varauksella kaikkiin lu-
kuihin.

MIELESTÄNI TUTKIMUSJAKSO ONNIS-
tui, mutta selkeäksi tekemääni matkaa ei voi
kutsua. Työ tuntui polveilevan eri suuntiin
ja alun pohjustus ajankuvineen vei kokonai-
suudesta ison osan. Halusin tehdä tuon poh-
justuksen avatakseni työkenttää itselleni ja
toivottavasti muillekin lukijoille. Opinnäyt-
teen tekoprosessi venyi työllistymiseni myö-
tä turhan pitkäksi ja osin työ on kärsinyt sii-
tä. Toisaalta pidempi aikaperspektiivi on
varsin hyvin osoittanut, että toimiessaan in-
ternetissä asiat ovat jatkuvassa muutoksessa
– pysyvää tilannetta ei tunnu olevan. Osa kä-
sitellystä ja opinnäyteeseen päätyneestä ma-
teriaalista tuntui myös vanhentuneen pro-
sessin aikana. Minua kiinnosti työn aikana
laajalti monet aiheeseen löyhästikin liittyvät
asiat. Tietomäärän käsittely ja opinnäytteen
rajaus tuntui haasteelliselta. Lopulta kylläs-
tyin myös brändäämiseen aiheena sekä itse-
ni promoamiseen alun innostuksen jälkeen.
Melko nopeasti alun jälkeen lopetin esimer-
kiksi blogiini liittyvän sisällön jakamisen
Facebookissa kokonaan.

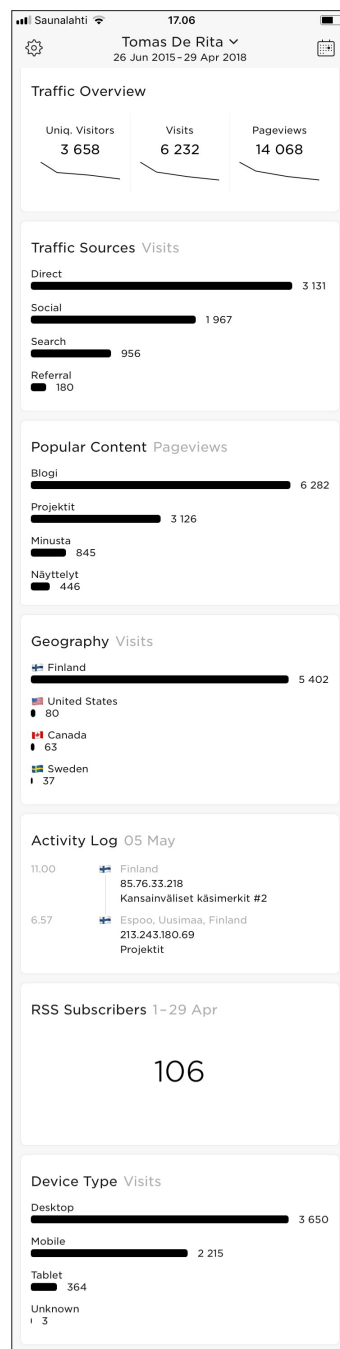
Halusin havainnoida ilmiötä, tehdä ko-
keiluja, viisastua prosessista sekä jakaa huo-
mioitani. Toivon joidenkin huomioiden
hyödyttävän jotakuta tuoretta kuvataide-
opettajaa, joka miettii omaa internet-näky-
vyyttään ja tarvitsee työkaluja siihen. Työs-
täni tuli vahvasti myös ajankuva tästä het-
kestä, kuvaus siitä millaista on olla taiteili-
ja-opettaja vuonna 2018.

Erottautuminen valtavassa tieto- ja kuva-
ähkyssä ei ole helppoa ja vaikka joitakin kä-
vijöitä on ollut niin suurempaa kävijähuip-
pua alun jälkeen ei tosiaan ole sivustolleni
tullut. Alkuhuan mentyä ohi julkaisujen
laatu ja julkaisutiheys on tainnut notkahtaa.

Ehkäpä kekseliäämmät ja persoonallisem-
mat interventiot ovat muuttuneet hieman
toisteiseksi pareidolianäyiksi. Blogin voi aja-
tella olevan yhtä hyvä kuin sen viimeinen
posti. Harva päätyy tutkimaan kovin pitkälle
vanhoja julkaisujani.

OPINNÄYTTEEN ALKUPUOLELLA OLIN
tehnyt havainnon, että kuvataidekasvatta-
jien näkyvyys oli melko vähäistä ja ehkä hie-
man staattista. Opinnäyteprosessin aikana
erityisesti Instagramin suosio on kasvanut.
Kuvataideopettajat, kuvataidekoulut ja ku-
vataiteilijat näkyvät aktiivisine tileineen. Ins-
tagramin vahvuus on sen visuaalisuudessa ja
suuressa tavoitavuudessa hashtagien myö-
tä. On ollut mielenkiintoista kokeilla julkai-
semista hashtagilla ja huomata käytännös-
sä miten julkaisut voivat levitä asiasta kiin-
nostuneiden silmille kansainvälisesti. Opin-
näyteprojektin aikana aloitin julkaista kuvia
Instagramissa ensin blogiini liittyen, mutta
myöhemmin Instagramin merkitys on men-
nyt itselläni kiinnostavuudessaan jopa blo-
gin ohi. Instagramissa toimiminen virkis-
ti ja avasi tekemistä laajemmalle. Instagra-
min yhteisöstä löysin valtavasti kiinnosta-
vaa seurattavaa. Joitakin tekijöitä olen nosta-
nut esimerkeiksi opetukseeni. Instagramis-
sa kuvaamisen ja julkaisemisen spontaanius
viehättää. Tie puhelimen muistista suoraan
blogiini on ollut tosin aivan yhtä helppo
ja lyhyt. Blogini olen kuitenkin yhäkin pitä-
nyt kuratoituna kun Instagramiin on pääty-
nyt monenlaista aineistoa.

Opinnäyteprosessini aikana tutustumi-
nen Instagramissa eteläafrikkalaiseen kuva-
taideopettajaan tai keskustelu interventioni
idean parantamisesta kanadalaisen muotoi-
lukasvatustahon kanssa on ollut tämän jak-
son kiinnostavimpia kohtaamisia. Saamani
palaute töistäni ja minulle lähetetyt muuta-
mat viestit ja muutamat toteutuneet yhteis-
työkuviot (kuten pyyntö osallistua Tampe-



37. Squarespacen kävijästatistiikkaa projektini alusta loppuun.

re Biennalen äänitaidenäyttelyyn ja työllistymisen pajaohjaajaksi Mehackitin työpajakokonaisuuteen Espoon modernin taiteen museoon EMMAan) tai kyselyt mahdollisesta yhteistyöstä (kuvataidekoulun kysely opettaa peliohjelmointia lapsille) ovat osoittaneet joidenkin asioiden brändäyskokeilusi toimineen.

8.2. Mitä tutkimus antoi minulle?

Opinnäytteen edetessä oma kuvataideopettajan identiteetti on alkanut paremmin löytyä. Oikeat opetuskokemukset sekä internetissä tekemäni julkaiseminen eri kanavilla ja tästä saatu palaute ovat vieneet eteenpäin myös opettajuuttani. Olen huomannut, että omana itsenä esiintyminen aidosti ja rohkeasti kannattaa.

Havaitsin myös omakohtaisesti internetin laajuuden ja fragmentaarisen luonteen. Eri asioihin vihkiytyneitä ryhmiä löytyy aiheesta kuin aiheesta ja suuri osuus keskustelusta ja julkaisemisesta tapahtuukin nykyisin näissä ryhmissä eri alustoilla. Huomasin myös miten omien internetsivujen päivittäminen, bloggaaminen ja sosiaalisen median palvelujen hallinta vaatii aikaa ja paneutumista. Onkin hyvä harkita kuinka laajalla on mahdollista ja järkevää toimia. Pahinta lienee jättää päivittämättömiä sivuja roikkumaan pitkiksi ajoiksi tai jopa pysyvästi. Nykyinen sivunikin kantaa mukanaan jälkiä aivan sivun alkuajoista opiskeluajaltani.

Projektin loppua kohden opin ottamaan asiat vähemmän vakavasti, brändäämisen väkinäinen tekeminen ei kannata. Mieluummin keskitynkin nyt vain työni hyvin tekemiseen ja annan brändäytymisen tapahtua vähän siinä sivussa. Olen tämän jakson päättyessä tyytyväinen, että minulla on nyt kuitenkin jonkinlainen oma nettipresenssi, jota voin nyt kehittää edelleen.

8.3. Lopuksi

Aika oleellinen asia jäi työssäni vielä vähän ilmaan – minkälaiseksi tekemäni brändäyskokeilu muodostui ulkopuolisen silmissä? Tämä olisi ollut oivallista selvittää tarkemmin vaikka pienellä kyselytutkimuksella. Minkähän on muiden silmissä se minun lupamani lisäarvo, jota toimittaja Tom Peters kehotti miettimään luvussa 4.1. Persoonabrändistä taustaa?

Tämän opinnäytetyön päätteeksi kysyin taidepedagogien rekrytointiprosessissa mukana olleelta Vantaan kaupungin varhaiskasvatuksen kehittämisspääliköltä Katjamariala Halmeelta kommenttia persoonabrändistäni. Hän oli rekrytointiprosessissa pari vuotta sitten noteerannut internetsivuni myönteisesti, mutta korosti kuitenkin rekrytointipäätökseen olleen kokonaisuus, johon vaikuttivat hakemus ja haastattelut. Hänen mielestään olen silti onnistunut luomaan työssäni itselleni "erinomaisen persoonabrändin".¹²⁴

Persoonabrändäys aiheena on kiinnostava ja aina ajankohtainen. Suosittelen aihetta jatkotutkimuksille.👍

¹²⁴ Sähköposti 8.5.2018.

9. LIITTEET

9.2. Meiju Niskalan näkyvyys

Esitys- ja kaupunkitaiteilija sekä kirjailija Meiju Niskala (1650 kaveria, 184 henkilöä seuraa) on ottanut strategiakseen pitää Facebookissa *Sivua* oman profiilinsa¹²⁵ ohessa. Oma henkilökohtaista profiiliaankin hän näemmä käyttää myös taiteilijuutensa promootiotarkoituksiin. En ole hänen Facebook-kaverinsa, mutta näen hänen omistamansa osoitteet oman esittelynsä alla: *olet-tassa.fi*, *summamutikka.com*, *kaupunkikonsultti.fi* ja *arjenloytoretkelijat.fi*, jotka viittaavat sivustoihin Facebookin ulkopuolella. Hänen päivityksiään voi myös seurata olematta hänen kaverinsa. On vaikeaa tietää, mitä hän julkaisee vain kavereilleen, mutta profiilia katsellessa näyttää siltä, että hän pitää päivityksensä melko avoimena. Suuri määrä kavereita ja seuraajia mahdollisesti laittaa miettimään päivityksien sisältöjä.

Nykyään lienee tavallista, että erilaiset roolit näkyvät ja limittyvät toisiinsa. Henkilön privaattielämä limittyy työelämään ja mahdollisesti kaikki tehdään harkitun avoimesti. Itsesensuuri tapahtuu (jos tapahtuu) päivityksiä tehdessä. Niskalan päivitykset näyttävät asiallisilta ja liittyvät pitkälti työhön.

Meiju Niskalan hallinnoiman *Sivun*¹²⁶ (937 henkilöä tykkää, 925 seuraa) tietokunassa hän myös mainitsee uusimman sivustonsa *www.meijuniskalapeople.com*. Näyttäisi siltä, että Meiju Niskala & People on hänen uusin ulospäin näkyvä ammattilais-sivustonsa.

Tämän sivuston etusivulla ensimmäisenä kävijää tervehtii luonnehdinta:

"Meiju Niskala & People tuottaa korkeatasoista, monialaista taidetta julkisiin tiloihin ja ihmisten lähelle. Teokset käsittelevät merkityksellistä elämää, ihmisyyttä ja yhteiskuntaa."

Sivusto esittelee sekä häntä itseään, että hänen verkostomaista organisaatiotaan:

"...joka on perustettu mahdollistamaan laajojen teosten tuotanto, ja kehittämään eteenpäin tekemisen ja taiteellisen ajattelun filosofiaa."

Sivu näyttää modernilta ja raikkaalta. Hänen mainiot teoksensa ovat myös esiteltynä vuodesta 2006 lähtien. Teosesittelyissä on tekstin lisäksi myös mukavasti kuvia ja videota. Sivusto on myös luettavissa kokonaisuudessaan englannin kielellä.

Muiden yhteystietojen lisäksi löytyy linkki Facebookin Meiju Niskala-sivuun.

Näyttäisi siltä, että hän luottaa Facebookin ulkoisen internetsivuun *www.meijuniskalapeople.com*, mutta ohessa hallinnoi aktiivisesti omaa Facebook-näkyvyytään kahdella profiililla (henkilökohtainen ja Sivu). Näiden ohella hän näyttää käyttävän Twitteriä, mutta ei välttämättä kovin aktiivisesti (twiitit 69, seuraajat 196).¹²⁷

Neljän eri kanavan päivittäminen vaatii jo suunnitelmallisuutta, vaivannäköä ja ehkäpä jopa aputyövoimaa?

¹²⁵ <https://www.facebook.com/meiju.niskala> (luettu 26.4.2018)

¹²⁶ <https://www.facebook.com/Meiju-Niskala-139348129582645/> (luettu 26.4.2018)

¹²⁷ <https://twitter.com/meijuniskala?lang=fi> (luettu 24.10.2017)

9.3. Pappas Pärlor singahtaa viraaliksi

Olen seurannut esimerkiksi ruotsalaisen Johan Karlgrenin Instagram-näkyvyyttä. Hän on taiteilija, joka tekee muun muassa silyshelmistä pikselihahmoja, jotka usein ovat innoittuneet videopelimaailmasta ja populaarikulttuurista. Hänen kekseliäät teoksensa on usein suunniteltu ulos tiettyyn paikkaan kuten liikennemerkkiin, tolppaan, sähkökaappiin ja niin edelleen.

On hurjaa miten sopivan suuren sivuston nosto levittää tekijän töitä hetkessä tuhansille. 9GAG.com-sivuston nosto 4.11.2017: *Someone is 'Vandalising' Streets With Pixel Art, And The Result Is Awesome* esiteli sarjan hänen teoskuviaan. Samainen sivusto muun muassa myös lisäsi samaisen jutun Instagram-tililleen¹²⁸ (42,4 miljoonaa seuraajaa) otsikolla: *Decorating the streets with amazing pixel art! Awesome work by @pappasparlor* sekä lisäsi kuvat Twitteriin (13,7 miljoonaa seuraajaa). Haku Googella alkupeiräisellä otsikolla antaa paljon lisää osumia muihin sivustoihin kuten Bored Panda.comiin¹²⁹, Bored Pandan Instagramiin, Reddiitiin, Pinterestiin, erilaisille huumorisivuille ja jopa Youtubeen. Linkit tietysti leviävät myös Facebookissa. Teokset menevät viraaliksi.¹³⁰ Viikon saldoksi (11.11.2017) näissä kanavissa kertyi melkoisia lukuja: Instagram 817 648 tykkäystä, Bored Panda 95 000 katselua, Bored Pandan Instagram 8737 tykkäystä. Johan Karlgren juhli omissa Instagramissaan¹³¹ kuvan kanssa 75 000:n seuraajan rikkoutumista 9GAGin ansiosta nopeammin kuin oli uskonut ja seuraavan päivänä seuraajia on jo reilut pari tuhatta enemmän (77 400). Karlgren myy myös teoksiaan sekä oman *Pappasparlor.com*-sivunsa kautta, että tukholmalaisen Walleryn verkkogallerian ja kaupan kautta.¹³² Hän myös järjestää lyhyitä vuorokauden myyntitempauksia, joita mainostaa omissa kanavissaan. Edellä mai-

nittu uskomaton määrä näkyvyyttä varmasti jo näkyy toteutuneessa myynnissä ja mahdollisissa uusissa yhteistyökuvioissa. Toisaalta voihan tällainen jäädä vain lyhytaikaiseksikin piikiksi. Huomenna kun voi olla ihan uudet viraalihilittit. Kuukautta myöhemmin 3.12.2017 Instagramissa hänellä on jo 79,400 seuraajaa ja edelleen 29.4.2018 jo 90 400.

On merkillepantavaa, että nämä erilaiset sivustot käyttävät näitä levittämiään sisältöjä ilmaiseksi. Kyseessä on kahden kauppa: Johan Karlgren saa taiteelleen näkyvyyttä ja erilaiset sivustot taas hänen töillään liikennettä ja lopulta mainosrahaa. Toivottavasti kuvien yhteydessä edes säilyy alkuperäisen tekijän tiedot ja linkki hänen sivulleen.

Jotkut tekijät ovatkin nykyisen jakamiskulttuurin vuoksi alkaneet lisätä kuviinsa pienenä tekstinä eräänlaisen vesileiman kuvan alkuperää ilmaisemaan.

38. Johan Karlgren julkaisee aktiivisesti Pappas Pärlor Instagram-tilillään.

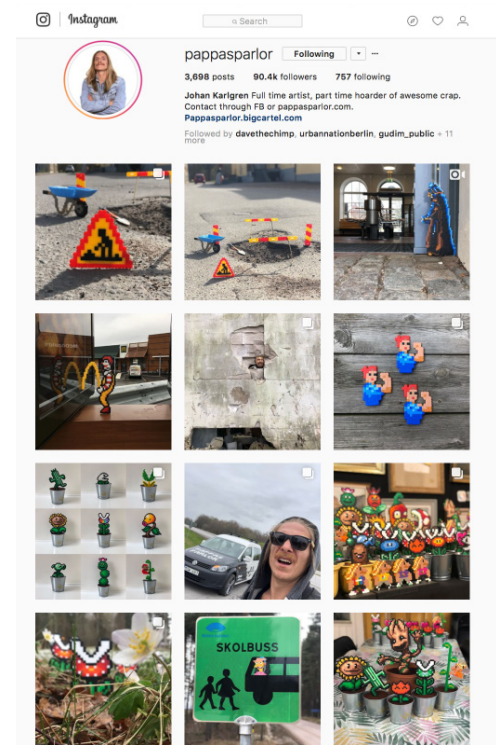
¹²⁸ <https://www.instagram.com/p/BbB35WWnCfw/?taken-by=9gag> (luettu 11.11.2017)

¹²⁹ <https://www.boredpanda.com/pixel-street-art-pappasparlor/> (luettu 11.11.2017)

¹³⁰ Viraalilla tarkoitetaan viruksen lailla internetissä nopeasti leviävää ilmiötä.

¹³¹ <https://www.instagram.com/p/BbRZPkVHQL2/?taken-by=pappasparlor> (luettu 11.11.2017)

¹³² Weburban Street Gallery: www.wallery.se



LÄHTEET

Painetut lähteet:

Barton, Gem. 2016. *Don't Get a Job... Make a Job*. Lontoo: Laurence King Publishing Ltd.

Downey, Brad. 2011. *Spontaneous Sculptures*. Gestalten, Berliini: Gestalten.

Eskola, Hanna. Fakta/Lokakuu 2017. *Teknologian ja työelämän murrosta liioitellaan - KPMG:n pääekonomisti neuvoa kuitenkin opettelemaan uutta*. Helsinki: Alma Talent Oy, 7.

Felton, Nicholas. 2016. *Dataviz - Visualizing Information Through Photography*. Berliini: Die Gestalten Verlag, 7.

Frischmann, Ryan M. 2014. *Online Personal Brand*. Omakustanne. 27-30.

Heikkinen, Hannu L.T. & Rovio, Esa & Syrjä, Leena (toim.). *Toiminnasta tietoon - toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat*. Helsinki: Kansanvalistusseura, 16-20.

Isokangas, Antti & Vassinen, Riku. 2010. *Digitaalinen jalanjälki*. Helsinki: Talentum.

Kananen, Jorma. 2014. *Etnografinen tutkimus*. Jyväskylä: Juvenes, 17.

Keisteri, Teemu. 2016. *History of Ukkeli*. Helsinki: Khaos Publishing.

Kurvinen, Jarkko & Laine, Tom & Tolvanen, Ville. 2017. *Henkilöbrändi: asian tuntijasta vaikuttajaksi* Helsinki: Alma Talent, 20.

Matikkala, Nana. Stylus 02/2017. *Identiteettiä jäsentämässä*. Helsinki: Kuvataideopettajat ry, 20.

Price, Seth & Feldman, Barry. 2017. *The Road to Recognition*. Washington: Ideapress Publishing, 68.

Pönkä, Harto. 2014. *Sosiaalisen median käsikirja*. Jyväskylä: Docendo Oy, 47.

Rämö, Satu & Valtari, Hanne. 2017. *Unelmahommissa - tee itsellesi työ siitä mistä pidät*. Helsinki: WSOY.

Salo, Merja. *Jokapaikan valokuva*. 2015. Helsinki: Musta Taide, 276.

Tampere Biennalen ohjelmakatalogi. 2016. Tampere: Tampereen Musiikkijuhlat.

Vaynerchuck, Gary. 2013. *Crush It!* New York: Harper Collins Publishers Inc, 9.

Väänänen, Jukka. Image/Lokakuu 2017. *Pelkistettyä todellisuutta*. Helsinki: Image Kustannus Oy, 66.

Öhrnberg, Paul. Kauppalehti/14.11.2017. *Stubb: Edessä teollinen mullistus*. Helsinki: Alma Talent Oy, 9A.

Öhrnberg, Paul. Kauppalehti/14.2.2017. *Taiteilija löysi itsestään markkinointiasaston*. Helsinki: Alma Talent Oy, 13B.

Östman, Sari. 2015. *Millasen päivityksen tästä sais?* Jyväskylän Yliopisto: Nykykulttuurin Tutkimuskeskuksen julkaisuja 119, 142-189.

Internet-lähteet:

Aaltodoc-julkaisuarkisto. Aaltodoc.aalto.fi (luettu 5.1.2018)

Aittokoski, Heikki. HS/18.4.2018. *Tulevaisuudessa näet lämpökameralla, onko kumppanisi rakastunut - Tuore raportti hahmottaa teknologian huimaa kehitystä, joka muuttaa myös ihmisenä olemista*. <https://www.hs.fi/>

[tiede/art-2000005645848.html](https://www.tiede/art-2000005645848.html) (luettu 30.4.2018)

Annantalon taideopetus. <http://www.annantalo.fi/fi/taideopetus/> (luettu 3.5.2018)

Democratize Publishing. <https://wordpress.org/about/> (luettu 26.11.2017)

DNA:n Somebarometri 2017. https://corporate.dna.fi/documents/94506/930199/DNA+Digitutkimus+2017_raportti+medialle_somebarometri.pdf/c903996e-d8c4-39dd-8ecd-75c5e50ee485. (luettu 2.4.2018)

Erik Kessels: *The era of democratisation*. <https://vimeo.com/118099436> (24.7.2017)

Eror, Aleks. 2017. *Social Media has Created a Generation of Self-obsessed Narcissists*. <http://www.highsnobiety.com/2017/03/14/social-media-narcissism/> (luettu 29.7.2017)

Eskola, Hanna. Kauppalehti/5.11.2017. *Tuhoavatko algoritmit demokratian? Kyllä, sanoo matemaatikko ja pitää niitä mustina laatikkona - "Tervetuloa pimeälle puolelle"*. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/tuhoavatko-algoritmit-demokratian-kylla--sanoo-matemaatikko-ja-pitaa-niita-mustina-laatikkona---tervetuloa-pimealle-puolelle/MRHCFcCM> (luettu 5.11.2017)

Facebookin ohje- ja tukikeskus: Miten luon sivun? https://www.facebook.com/help/104002523024878?helpref=about_content (luettu 24.10.2017)

Facebookin Kuvista-ryhmä. <https://www.facebook.com/groups/kuvista/>

Genova, Alexandra. TIME/8.6.2017.

An Ode to Amateur Photographers. time.com/4755037/erik-kesselsretrospective/ (luettu 9.7.2017)

Haveri, Minna; Kiiskinen, Jouni (toim.) *Ihan taiteessa – Puheenvuoroja taiteen ja tutkimuksen suhteesta*. <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/11825>

Hämeenaho, Pilvi & Koskinen-Koivisto, Eerika (toim.). 2018. *Moniulotteinen etnografia*. Helsinki: Ethnos ry. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/57565/978-952-68509-3-1.pdf?sequence=1>

Instagramin About Us. <https://www.instagram.com/about/faq/> (luettu 11.1.2017)

Instagram accounts with the most followers worldwide as of January 2018 (in millions). <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/> (luettu 22.4.2018)

Instagram, Snapchat Adoption Still Surging in US and UK. <https://www.emarketer.com/Article/Instagram-Snapchat-Adoption-Still-Surging-US-UK/1016369> (luettu 23.8.2017)

Kakko, Teemu. Iltalehti/6.7.2017. *Tietokirjailija Petteri Järvisen Facebook-päivitys aiheutti somemyrskyn - "Olipa rimanalitius"*. http://www.iltalehti.fi/kotimaa/201707062200250170_uo.shtml (luettu 29.7.2017)

Kasper Strömmanin Kasper Diem -blogi. <http://kasperstromman.com/about/> (luettu 5.1.2018)

Kielikuvakohtaamisia-blogi. <http://www.tarusola.fi/kielikuvakohtaamisia/kielimaisema/fredalla-2/> (luettu 24.4.2018)

Laki yksityisyyden suojasta työelämässä. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2004/20040759> (luettu 5.5.2018)

Latvala, Jussi. YLEX/17.11.2016. *Mitä syntyy,*

kun yhdistetään suomalainen kulttihahmo Windows95Man, Sandstorm ja lentokone? No kansainvälinen viraalivideo! https://yle.fi/ylex/uutiset/mita_syntyy_kun_yhdistetaan_suomalainen_kulttihahmo_windows95man_sandstorm_ja_lentokone_no_kansainvalinen_viraalivideo/3-9300710 (luettu 30.3.2018)

Lehmusvesi, Jussi. HS/30.1.2018. *Mark Zuckerberg rysäytti maailmaan uuden algoritmin, joka ajaa ahtaalle juuri sellaiset ihmiset, jollainen hän itsekin on ollut*. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005544335.html> (luettu 15.4.2018)

Mari Salosen viesti Facebookin *Kuvista*-ryhmässä 15.5.2015. <https://www.facebook.com/groups/kuvista/permalink/929728813729702/> (luettu 15.5.2015)

Martelius, Katja. HS/17.3.2017. *Instagram räjäytti porvooolaisen Jenni Tuomisen suosion – nyt hänen muotoilemiaan saviponeja tilataan sveitsiläiseen luksustavarataloon*. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005129579.html> (luettu 18.4.2018)

Massa, Silja & Onninen, Oskari. HS/6.8.2014. *Teokset eivät enää riitä – kuvataiteilijan on pakko brändätä itsensä* <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002751182.html> (luettu 30.3.2018)

McEvoy, Mike. 2015. *7 Reasons Google Search Results Vary Dramatically*. <http://www.webpresencesolutions.net/7-reasons-google-search-results-vary-dramatically/> (luettu 24.7.2017)

Most popular social networks worldwide as of April 2018, ranked by number of active users (in millions). <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. (luettu 6.5.2017)

Meiju Niskala Facebookissa. <https://www.facebook.com/Meiju-Niskala-139348129582645/> (luettu 26.4.2018)
Meiju Niskalan Sivu Facebookissa.

<https://www.facebook.com/meiju.niskala> (luettu 26.4.2018)

Meiju Niskalan Twitter-profiili. <https://twitter.com/meijuniskala?lang=fi> (luettu 24.10.2017)

Nousiainen, Anu. HS/7.2.2016. *Teri Niitti joutui kohun silmään: Kun some suuttuu, väkijoukko lynkkaa ihmisen muutamassatunnissa*. <http://www.hs.fi/kuukausiliite/art-2000002884432.html> (luettu 29.7.2017)

Otto Karvonen: Alien Birdhouse Collection. <http://www.ottokarvonen.com/main/index.php/sculpture/alien-palace-birdhouse-collection> (luettu 26.4.2018)

Otto Karvonen Galleria Heinossa. <http://www.galleriaheino.fi/nayttely.php?aid=121181&k=120667> (luettu 10.4.2018)

Paavola, Vilja. Opettaja 5/2015. *Nyt brändäämään*. <http://www.opettaja.fi/cs/opettaja/jutut?juttuID=1408910683461> (luettu 6.1.2018)

Pappas Pärlorin Instagram-tili. <https://www.instagram.com/p/BbRZPKVHQL2/?taken-by=pappasparlor> luettu 11.11.2017)

Pappas Pärlor Instagramissa 9gagin profiilissa. <https://www.instagram.com/p/BbB35WWnCfw/?taken-by=9gag> (luettu 11.11.2017)

Peters, Tom. Fast Company/31.8.1997. *The Brand Called You*. <https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you> (luettu 29.7.2017)

Purkiss, John. The Guardian/25.9.2012. *How to build your personal brand*. <https://www.theguardian.com/careers/build-personal-brand> (luettu 7.7.2017)
Pääkkönen, Sirpa. HS/24.4.2017. *Muusikko väsyi jatkuvaan itsensä markkinoimiseen – monen luovan työn tekijän arki on esilläolaa ja kilpailua*. <https://www.hs.fi/elama/art-2000005179949.html> (luettu 30.3.2018)

Rissanen, Virve. HS/31.3.2018. *Facebook on kerännyt minusta tietomäärän, jollaista en antaisi edes kenellekään ystäväistäni – näin siinäkin pääset käsiksi verkkojätin haalimaan historiaasi.*

<https://www.hs.fi/teknologia/art-2000005624835.html> (luettu 1.4. 2018)

Ronson, Jon. The New York Times/12.2.2015. *How One Stupid Tweet Blew Up Justine Sacco's Life* <https://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-stupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html> (luettu 29.7.2017)

SEO and Squarespace overview. <https://support.squarespace.com/hc/en-us/articles/206744067-SEO-and-Squarespace-overview> (luettu 19.02.2017)

Someone Is 'Vandalising' Streets With Pixel Art, And The Result Is Awesome. <https://www.boredpanda.com/pixel-street-art-pappas-parlor/> (luettu 11.11.2017)

Smyth, Diane. 2017. *Photobook: The Many Lives of Erik Kessels*. <http://www.bjp-online.com/2017/05/kessels-lives/> (luettu 18.7.2017)

Spring Steam 2016 – I Used to Be a Graphic Designer. <http://springsteam.aalto.fi>. (luettu 23.7.2017)

Sähköposti *Kuvisopet*-listalla (lista@kuvis.fi) 23.8.2017 ja 2.5.2018.

Tekoäly vie työpaikkasi ja rahasi – paitsi jos olet arkeologi. https://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/tekoaly-vie-tyopaikkasi-ja-rahasi-paitsi-jos-olet-arkeologi-6630519 (luettu 5.1.2018)

Theseus – ammattikorkeakoulujen opin- näytetyöt ja julkaisut verkossa. Theseus.fi (luettu 5.1.2018)

Tiedote PUTPUTin näyttelystä. *Photography On*. <http://www.valokuvataiteen-museo.fi/fi/nayttelyt/photography> (luettu 11.12.2017)

Tomas De Ritan blogi. <http://www.tomasderita.com/blogi/> (luettu 26.4.2018)

Tomas De Ritan blogikirjoitus. *Neljä kuukautta Kaivokselassa: vessapaperirullista virtuaalilaseihin.* <https://taikava.wordpress.com/2016/11/22/nelja-kuukautta-kaivokselassa-vessapaperirullista-virtuaalilaseihin/> (luettu 25.4.2018)

Vainio, Annina. HS/5.2.2018. *Mitä maineikkaampi ihminen on, sitä paremmin hän etenee urallaan, sanoo henkilöbrändäyksen asiantuntija: Näillä neuvoilla brändäys voi onnistua jopa ilman sosiaalista mediaa.* [hs.fi/nyt/art200002879397.html](https://www.hs.fi/nyt/art200002879397.html) (luettu 23.11.2017)

Vakkuri, Matti. Talouselämä/20.6.2013. *Big Data muuttaa maailmaa.* <http://www.talouselama.fi/kumppaniblogit/tieto/big-data-muuttaa-maailmaa-3440603> (luettu 6.7.2017)

Virnes, Antti. *Kohti arjen vallankumousta – lyhyt johdatus situationistiseen ajatteluun.* <https://societies.uta.fi/aatos/paatos/arkisto/2007-1/paatos10708.html> (luettu 7.4.2018)

Worldwide desktop market share of leading search engines from January 2010 to October 2017. <https://www.statista.com/statistics/216573/worldwide-market-share-of-search-engines/> (luettu 2.4.2018)

Zimmermann, Kim Ann. 2012. *Pareidolia: Seeing Faces in Unusual Places.* <http://www.livescience.com/25448-pareidolia.html> (Luettu 26.4.2018)

Österman, Nalle. 2014. *MTV Push, huikea investointi vai vuosikymmenen puhallus?* <http://nalleosterman.blogspot.fi/2014/09/mtv-push-huikea-investointi-vai.html> (luettu 12.11.2017)

Muut lähteet:

De Rita, Tomas. Essee tehtävä (Kudi IV) 7.2.2016: *Aikuiskasvatustilafilosofiani.*

De Rita, Tomas. Luentomuistiinpanot Heikka Valjan luennolta Opettajan portfolio 5.10.2015.

De Rita, Tomas. Muistiinpanot tapaamisesta Helsingissä 24.9.2015.

Sähköposti Vantaan varhaiskasvatukseen kehittämisspäällikön Katjamaria Halmeen kanssa 8.5.2018.

Kuvalähteet:

1. Kuvakaappaukset <http://www.tomasderita.com/blogi/> (10.5.2018)
2. Kuvakaappaus <https://www.facebook.com/webcomicname/photos/a.686127254872694.1073741828.679713372180749/719743964844356/?type=3&theater3>. (23.8.2017)
3. Kuvakaappaukset <https://www.instagram.com/classheikki/> ja https://www.instagram.com/sirutirronen_illustrations/ (13.5.2018)
4. <http://www.kesselskramer.com/exhibitions/24-hrs-of-photos> (10.5.2018)
5. http://theoatmeal.com/comics/reaching_people (5.11.2017)
6. Kuvakaappaus <https://www.facebook.com/keisteri> (17.11.2016)
7. Kuvakaappaus <https://www.facebook.com/keisteri> (15.10.2015)
8. <http://www.tomasderita.com/cv/> (10.5.2018)
9. https://www.facebook.com/tomas.derita/media_set?set=a.37499001632.36475.686671632&type=3 (9.6.2016)
10. <http://oliot.tumblr.com/post/15396835055> (27.1.2018)
11. <http://oliot.tumblr.com/post/14719122348> (10.5.2018)
- 12.-13. Kuvakaappaukset Googlen hausta (11.02.2017)
- 14.-15. Kuvakaappaukset <http://www.tomasderita.com/> (2.4.2018)
- 16.-17. <http://www.tomasderita.com/blogi/2015/7/22/tikkuukot> (7.4.2018)
18. Kuvakaappaus <http://www.tomasderita.com/blogi/2015/8/7/abc-kissa-kvelee-tikapuita-pitkin-taivaaseen> (10.6.2018)
19. Kuvakaappaus <http://www.tomasderita.com/blogi/2015/8/24/100-silk> (10.5.2018)
20. Kuvakaappaus <http://www.tomasderita.com/blogi/2017/1/7/kansainliset-ksimerkit-2> (125.2018)
21. Kuvakaappaus Googlen hausta (8.4.2018)
22. Kuvakaappaus <http://www.tomasderita.com/blogi/2015/8/4/olen-metsuri> (10.5.2018)
23. Kuvakaappaus <https://www.facebook.com/AsOyMakitorpant22.24.26/?> (5.8.2015)
24. Kuvakaappaus Squarespacen statistiikoista (8.4.2018)
25. Kuvakaappaus <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10153163169676633&set=pb.686671632.-22075200001526221847.&type=3&theater> (27.7.2016)
26. Kuvakaappaus <https://www.facebook.com/groups/kuvista/permalink/975656475803602/> (29.3.2016)
27. Kuvakaappaus <http://www.tomasderita.com/blogi/2015/8/4/dadavaroitukset> (24.4.2018)
- 28.-29. Kuvakaappaukset <http://www.tomasderita.com/blogi/2015/9/13/hai-shark-2> ja <http://www.tomasderita.com/blogi/2016/5/8/air-jordan> (24.4.2018)
30. Kuvakaappaus Google Analyticsistä (11.1.2017)
31. Oma kaaviokuva (3.4.2018)
32. Kuvakaappaus <https://www.instagram.com/p/6kv0OTNeVh/?taken-by=tderit> (29.7.2016)
33. Kuvakaappaus <https://www.instagram.com/p/BTmjUvKjoF0/?taken-by=tderit> (25.6.2017)
34. Kuvakaappaus Instagramista #taidepedagogitomas (8.4.2018)
35. Kuvakaappaus Instagramista #emojippo (8.4.2018)
36. Oma sanapilvi (24.4.2016)
37. Kuvakaappaus Squarespace Analyticsistä (5.5.2018)
38. Kuvakaappaus <https://www.instagram.com/pappasparlor/> (13.5.2018)

Kannen kuvat: <https://www.instagram.com/tderit/> (1.5.2018)

